

الإعلام الجديد

دكتور : رضا أمين
عميد كلية الآداب بجامعة المملكة
مملكة البحرين



دار الفجر للنشر و التوزيع

الإعلام الجديد

الإعلام الجديد

دكتور / رضا أمين

عميد كلية الأداب بجامعة المملكة

مملكة البحرين

دار الفجر للنشر والتوزيع

2015

الإعلام الجديد

تأليف

دكتور / رضا أمين

عميد كلية الآداب بجامعة المملكة

مملكة البحرين

رقم الإيداع	حقوق النشر
16638	الطبعة الأولى 2015
ISBN	
978-977-358-316-3	

دار الفجر للنشر والتوزيع

4 شارع هاشم الأشقر – النزهة الجديدة

القاهرة – مصر

تليفون : 26242520 – 26246252(00202)

فاكس : 26246265 (00202)

Email: info@daralfajr.com

أعوذ بالـلـه من الشيطان الرجيم

(وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ

وَكَانَ فَضْلُ الـلـهِ عَلَيْكَ عَظِيماً)

صدق الـلـه العظيم

من الهدي القرآني

الآية رقم 113 من سورة النساء

الفهرس

مقدمة

لم تشهد الإنسانية ثورة اتصالية ومعرفية مثلما نشهده في هذا الزمان ، حيث يتاح لكل إنسان يحيا على هذه الأرض أن يعبر عن آرائه ومعتقداته واتجاهاته ، نصا وصورة وأفلاما ، في أي وقت، وفي أي مكان ، ولا يحتاج الفرد وهو يمارس ذلك الحق إلى معدات ثقيلة العتاد ، أو أجهزة ينوء بحملها، فقد قدمت الهواتف على اختلاف أنواعها ومسمياتها ، وخاصة الذكية منها ، الحل السحري لهذه المعادلة : يسر في التدوين ، وسهولة في الإرفاق والنشر في الفضاء الافتراضي الفسيح، وإمكانية التشارك لكل من يطوف على هذا العالم الافتراضي سواء كان في شرق الكرة الأرضية أو غربها، شمالها أو جنوبها.

ولعل مقولة العالم الكندي مارشال ماكلوهان (العالم أصبح قرية صغيرة) التي رددها منذ عقود من الزمن حين أبصر التليفزيون كوسيلة إعلامية جماهيرية تصل بالصوت والصورة إلى بقاع متعددة من الأرض كانت صائبة الوصف ، دقيقة التحليل ، غير أن تحول العالم إلى وحدة متناهية الصغر بات أكثر وضوحا عن ذي قبل ، فإذا كان التليفزيون قد جعل العالم قرية صغيرة وفقا لماكلوهان ، فإن الإنترنت وما تحمله من إعلام جديد ، ومواقع تواصل اجتماعي ربما حولت العالم إلى كوخ يعيش فيه كل البشر باختلاف ألوانهم وألسنتهم ومشاربهم ، بما يمثله ذلك الكوخ من فوضى الزحام ، واختلاط الصالح بالطالح ، وما يمثله من نقاط مضيئة إيجابية ، قد يكون منها هذا التقارب الإنساني الذي هيأته ظروف حياة البشر في كوخ واحد، مهما كان اتساع حجمه .

وتعود أهمية دراسة ظاهرة الإعلام الجديد لعدد من الاعتبارات ، أهمها:

أولا : الأهمية التي يكتسبها الإعلام الجديد ذاته ، إذ تنامت أهميته وتأثيراته في الواقع الاجتماعي والسياسي والثقافي في العصر الراهن ، لدرجة أن البعض أطلق على الفترة الزمنية التي نحياها توصيفا مرتبطا بالإعلام الجديد، أو إحدى المصطلحات المرتبطة به ، أو الوسيط الذي يحمله للجماهير (شبكة الإنترنت) ، حيث يشيع استخدام مقولات مثل : عصر الإنترنت ، زمن الفيس بوك ، عصر تويتر ، أو زمن شبكات التواصل الاجتماعي ، وغيرها من المسميات .

ثانيا : حداثة ظاهرة الإعلام الجديد الذي تدور حوله الدراسات الإعلامية ، ودائما ما تصاحب الدراسات حول الموضوعات الحديثة تباينا نسبيا يعود لاختلاف المداخل والأطر التي يتم تناول الظاهرة من خلالها .

ثالثا : حاجة الباحثين إلى المراجعة النقدية لما تم إنجازه ما بين الفينة والأخرى ، بغية تصحيح مسار الدراسات في مجال الدراسة، أو الإشارة إلى بعض جوانب الخلل في هذه الدراسات ، وهو ما يحاول هذا الكتاب تقديم بعض الإسهامات في هذا السياق .

الفصل الأول

الإعلام الجديد

نحو محاولات تحديد المفهوم

تتكون كلمة (الإعلام الجديد) من كلمتين (إعلام) و (جديد) وهي ترجمة لكلمة New media ، وسيحاول هذا الفصل تقديم إجابة للتساؤلات التالية:

هل الترجمة صحيحة ؟

وما معنى كلمة إعلام ؟ ومعنى كلمة جديد ؟ وما مفهوم الجدة في مصطلح (الإعلام الجديد) ؟

هل يوجد اتفاق بين الباحثين على مفهوم (الإعلام الجديد) ؟

ما التعريفات المقدمة ل(الإعلام الجديد) وما القواسم المشتركة بينها؟ وما نقاط الخلاف بينها ؟

ما أبرز أوجه النقد الموجهة لتلك التعريفات التي قدمت للإعلام الجديد ؟

في البداية لابد من التسليم بصعوبة تحديد مفهوم يتفق عليه الباحثون في مجال الإعلام والاتصال للإعلام الجديد ، وإذا كان الباحثون في مجال الإعلام يعانون من مشكلات المفاهيم المتعددة ، كالخلاف بين المشارقة والمغاربة في مسمى (الإعلان –الإشهار) ، وغيرها من المصطلحات ، فإن الخلاف في مجال الإعلام الجديد أعمق وأكثر ، ليس فقط على مستوى أساتذة الاتصال المشارقة والمغاربة في وطننا العربي ، بل على مستوى كل الباحثين العرب وغير العرب ، للأسباب والتوضيحات التي ترد لاحقا في الفصل الحالي .

وقد شارك المؤلف في الملتقى الدولي الثالث حول مفاهيم الإعلام

والاتصال في ظل الإعلام الجديد الذي نظمته جامعة عبد الرحمن بن باديس في مستغانم بالجزائر في مارس 2013م ، وناقش الملتقى ما يقارب الأربعين ورقة بحثية أملا في توحيد المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالإعلام الجديد ، لكن النتيجة أن الخلاف تعمق أكثر ، وامتد ليشمل خلافا حول مفاهيم بعض الجزئيات المتعلقة بالإعلام بشكل عام ، والإعلام الجديد بشكل خاص .

وفيما يتعلق بترجمة كلمة New mediaعلى أنها الإعلام الجديد ، عدم اتفاق أيضا ، فنحن مثلا نترجم كلمةMultimedia على أنها الوسائط المتعددة ، وليس الإعلام المتعدد ، فلو سارت الترجمة على نهج واحد لقلنا على ما يعرف بالإعلام الجديد : الوسائط الجديدة أو قلنا على ما يعرف بالوسائط المتعددة : الإعلام المتعدد ، وهكذا فإن مجرد الترجمة لا يوجد عليها اتفاق ، وإن شاع استخدام الكلمتين بين الباحثين والمهتمين بنفس المصطلحين (الوسائط المتعددة، والإعلام الجديد) .

وهنا يأتي دور المترجم الأول الذي يتأثر بعوامل متعددة لتعريب النص الأجنبي ، كما أن تأخر الباحثين عربيا في تناول الظواهر الحديثة بالبحث والدراسة يجعلنا مضطرين لمسألة النقل والترجمة، وتلك إشكالية كبرى ، حيث يعد نصيب الباحثين العرب في مجال الإعلام والاتصال في الإسهام في الدراسات والنظريات الإعلامية محدودا ،إن لم يكن منعدما في بعض الظروف .

وأيا ما كانت النتيجة المتعلقة بدقة ترجمة المصطلح ، فإننا سنتعامل مع (الإعلام الجديد) باعتباره من المصطلحات شائعة الاستخدام لدى الباحثين والمهتمين ، ونحاول القيام بتفكيك المصطلح ، وتقديم

محاولات تعريفية له .

تعريف الإعلام :

ولأن الإعلام الجديد هو شكل من أشكال الإعلام بشكل عام أو أحد أنواعه ، فسنقدم هذا التعريف للإعلام بشكل عام الذي قدمه عدد من الباحثين دون إسهاب :

الإعلام لغة

هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى: (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به.

التعريف الاصطلاحي للإعلام :

لم يتفق الباحثون على تعريف محدد للإعلام ، وتلك من سمات المفاهيم ذات العلاقة بالعلوم الإنسانية بشكل عام ، ومن أشهر التعريفات العربية للإعلام : (تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، التي يمكن التثبت من صحتها، أو دقّتها، بالنسبة للمصدر الذي تنبع منه، أو تُنسب إليه)أو هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات الدقيقة، والحقائق الثابتة، والتي تساعدهم على تكوين رأيٍ صائبٍ في واقعةٍ أو مشكلةٍ، ويعبّر

تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم .

ويقدم "أوتوجروت" الألماني تعريفا للإعلامبأنه : التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه .

ويختلف مفهوم الاتصال عن مفهوم الإعلام ، حيث يشير الاتصال communication إلى :

العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة – كائنات حية ، أو بشر ، أو آلات ، في مضامين اجتماعية معينة ، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى ، أو واقع معين ، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء 1.

كما يعرف الاتصال بأنه العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة ، بين الأفراد أو الجماعات ، داخل المجتمع ، وبين الثقافات المختلفة ، لتحقيق أهداف معينة 2 .

ومن المهم الإشارة إلى أن الإعلام نوع من أنواع النشاط الاتصالي ، فالعلاقة بينهما علاقة الجزء من الكل ، وقد بدأ الاتصال مع بداية ظهور الحياة الإنسانية ، وإن اختلف في مراحله الزمنية ، أما الإعلام فهو يشير إلى ذلك النشاط الإنساني الذي يهدف إلى تنوير الرأي العام عبر وسائل الإعلام

---

[1] د. جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، 1978) ص 53

[2] د. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، (القاهرة : عالم الكتب ، 1997م) ص 21

باختلاف أنواعها ، وهو مصطلح حديث نسبيا عن مصطلح الاتصال ، حيث شاع مع شيوع وبروز وسائل الإعلام الجماهيرية .

التعريف اللغوي ل(الإعلام الجديد) :

يتكون مفهوم الإعلام الجديد من كلمتين : إعلام ، وجديد .

فأما الإعلام فقد سبق بيانه باختصار ، وأما الجديد : فستخدم الكلمة في اللغة العربية لتدل على الحداثة وأصل جديد : أي مقطوع ، يقال: ثوب جديد : جُدَّ حديثا ، أي قُطع [1].

وقد وردت كلمة (جديدا) بالتنوين المفتوح في القرآن الكريم مرتين: الأولى في سورة الإسراء ، حيث قال تعالى :

(وَقَالُوا أَئِذَا كُنَّا عِظَامًا وَرُفَاتًا أَئِنَّا لَمَبْعُوثُونَ خَلْقًا جَدِيدًا[2])

ومعناه كما أورده ابن كثير :يقول تعالى مخبرا عن الكفار المستبعدين وقوع المعاد ، القائلين استفهام إنكار منهم لذلك (أإذا كنا عظاما ورفاتا) أي ترابا ، أإنا لمبعوثون يوم القيامة خلقا جديدا بعدما بلينا وصرنا عدما لا يذكر [3].

---

[1] ابن منظور ، لسان العرب ، باب الجيم فصل الدال .

[2] القرآن الكريم ، سورة الإسراء ، الآية رقم 49

[3] ابن كثير ، تفسير القرآن العظيم ، موقع المكتبة الإسلامية ، متاح على هذا الرابط http://library.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?flag=1&bk_no=49&ID=1022 تاريخ الزيارة 3- أبريل 2013م

كـما وردت الكلمـة في نفـس السـورة ، حيـث قـال تعـالى : (**ذَلِـكَ جَزَاؤُهُمْ بِأَنَّهُمْ كَفَرُوا بِآَيَاتِنَا وَقَالُوا أَئِذَا كُنَّا عِظَامًا وَرُفَاتًا أَئِنَّا لَمَبْعُوثُـونَ خَلْقًا جَدِيدًا**)1 حيث أشار الـلـه تعالى أن منكري البعث والمشركين اسحقوا جهنم لأنهم كفروا وأنكروا أن يبعثهم الـلـه على هيئة جديدة بعدما بليت أجسامهم وصارت ترابا .

ووردت (جديـد) بـالتنوين بـالكسر في سـت مواضـع مـن القـرآن الكريم ، قال تعالى :

(**وَإِنْ تَعْجَبْ فَعَجَبٌ قَوْلُهُمْ أَئِذَا كُنَّا تُرَابًا أَئِنَّا لَفِي خَلْقٍ جَدِيدٍ أُولَئِكَ الَّذِينَ كَفَرُوا بِرَبِّهِمْ وَأُولَئِكَ الْأَغْلَالُ فِي أَعْنَاقِهِمْ وَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّـارِ هُـمْ فِيهَا خَالِدُونَ**2)

وقال تعالى : (**أَلَمْ تَـرَ أَنَّ الـلــهَ خَلَـقَ السَّـمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ بِـالْحَقِّ إِنْ يَشَأْ يُذْهِبْكُمْ وَيَأْتِ بِخَلْقٍ جَدِيدٍ**)3

وقال تعالى : (**وَقَالُوا أَإِذَا ضَلَلْنَا فِي الْأَرْضِ أَإِنَّا لَفِي خَلْقٍ جَدِيدٍ ، بَلْ هُمْ بِلِقَاءِ رَبِّهِمْ كَافِرُونَ**)4 ، ومعناه كما يقول القرطبي : هذا قول منكـري البعث؛ أي إذا هلكنا وبطلنا وصرنا ترابا، نخلق بعد ذلك خلقا جديدا؟

---

[1]القرآن الكريم ، سورة الإسراء ، الآية رقم 98

[2]القرآن الكريم ، سورة الرعد ، الآية رقم 5

[3]القرآن الكريم ، سورة براهيم ، الآية رقم 19

[4]القرآن الكريم سورة السجدة ، الآية رقم 32

ويقول الشيخ الشعراوي رحمه اللـه : إن الآية حكاية عـن المشركـين يقولون إذا غِبْنا فيها، واندثرتْ ذراتنا، بحيث لا نعرف أين ذهبـت، وإلى أيِّ شَيء انتقلـت، إلى حيـوان أم إلى نبـات؟ إذا حـدث هـذا {أَئِنَّـا لَفِـي خَلْـقٍ جَدِيدٍ.. } يعني: أيخلقنا اللـه من جديد مرة أخرى؟[1]

وقال تعالى : (**وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا هَلْ نَـدُلُّكُمْ عَـلَى رَجُـلٍ يُنَبِّـئُكُمْ إِذَا مُزِّقْتُمْ كُلَّ مُمَزَّقٍ إِنَّكُمْ لَفِي خَلْقٍ جَدِيدٍ**) [2]

وقال جل شأنه : (**إِنْ يَشَأْ يُذْهِبْكُمْ وَيَأْتِ بِخَلْقٍ جَدِيدٍ**)[3]

وقال سبحانه : (**أَفَعَيِينَـا بِـالْخَلْقِ الأَوَّلِ بَـلْ هُـمْ فِي لَـبْسٍ مِـنْ خَلْـقٍ جَدِيدٍ**)[4]

والملاحظ أن معظم هذه الآيات ورد فيها كلمة (جديـد) لتشـير إلى الحالة الجديدة التي سيكون عليها الإنسان بعد البعث بعدما صار ترابا .

مفهوم الإعلام الجديد New mediaوإشكالية المصطلح :

يشير مصطلح الإعلام الجديد إلى هذه الحالة الجديدة والمعقدة من الإعلام الذي يكون فيه للجمهور والأفراد قدر كبـير مـن التفاعـل والإنتـاج ،

---

[1]موقع الروح نت ، متاح في هذا الرابط
http://www.alro7.net/ayaq.php?langg=arabic&aya=10&sourid=32
[2]القرآن الكريم ، سورة سبأ ، الآية رقم 7
[3]القرآن الكريم ، سورة فاطر ، الآية رقم 16
[4]القرآن الكريم ، سورة ق ، الآية رقم 15

بعدما صارت وسائل الإعلام التقليدية أسيرة الاتجاه الواحد أو النمط الواحد ، سواء كان هذا الاتجاه مواليا للحكومة أو النظام ، أو كان مؤيدا لأصحاب رؤوس الأموال التي تتحكم في إدارة هذه المؤسسات .

ودائما ما يواجه الباحثون في مجال الإعلام والاتصال إشكاليات تتعلق بتحديد المصطلحات العلمية ، لكنهم يتفقون على حد أدني من التوافقات الفكرية التي تجعل من طرح المفاهيم أمرا ذا دلالة مشتركة ولو بقدر يسير ، بما تسعفهم مفردات اللغة في التعبير عن جوهر الشيء ، الذي قد يكون ظاهرة ، أو متغيرا ، أو نظرية علمية ، أو نموذجا يهتدي به الباحثون والمتخصصون في فهم أعمق للعمليات الاتصالية الإنسانية .

لكنهم لم يواجهوا إشكالية علمية تتعلق بتحديد المفهوم والمصطلح كما واجهوها في ظاهرة (الإعلام الجديد) الذي يتحفظ بعضهم بشدة على التسمية ، ويقدم بديلا عنها - أو عن جزء منها - كثيرا من المفاهيم ، منها : الإعلام الشبكي ، الإعلام الإلكتروني ، إعلام المواطن ، إعلام المجتمع ، شبكات التواصل الاجتماعي ، الإعلام الشعبي ، الإعلام البديل ، صحافة الأنا، صحافة الهواة ، صحافة المصدر المفتوح ، قنوات الهواة ..إلى غيرها من المصطلحات التي تحتاج إلى مزيد من التدقيق والتمحيص ، للتعرف على مدلولاتها ، وعلى التقاطع فيما بينها وبين بعضها البعض ، وعلى القواسم المشتركة فيما بينها ، والأهم من كل ذلك التعرف على صدقية دلالتها على ذلك النمط من الإعلام الذي يصل إلى الجمهور عبر شبكة الإنترنت ، وينتجه الجمهور ويتفاعل معه ومع مشاهديه ومتابعيه عبر شبكة المعلومات الدولية .

وإذا كانت المقولة الشهيرة (لا مشاحة في الاصطلاح) تغني عن الدخول في سجالات بحثية حول جدوى تقديم مصطلح وتأخير آخر ، فإن الباحثين في مجال الإعلام عموما ، وفي مجال الإعلام الجديد على وجه الخصوص أحوج ما يكونوا إلى تمثل هذه المقولة ، فالمشاحة التي هي مفاعلة من الشح ، والمفاعلة لا تكون إلا بين اثنين أو أكثر كما هو معلوم في اللغة العربية ، وتعني أن يشح كل واحد على الآخر بشيء معين ، ومقولة لا مشاحة في الاصطلاح تعني أنه لا ينبغي أن يمنع أحد أحدا أن يستعمل اصطلاحا معينا في معنى معين ، إذا بين مراده في هذا الاصطلاح ،ويعني أيضا أنه لا حرج على أي باحث أو كاتب أو عالم في أن يستخدم المصطلح، وبصرف النظر عن البيئة الحضارية أو الإطار الفكري أو الملابسات المعرفية أو الفلسفية والعقدية التي ولد ونشأ وشاع فيها.. فالمصطلحات والألفاظ ذات الدلالة الاصطلاحية هي ميراث لكل الحضارات، ولجميع ألوان المعرفة ونظرياتها، ولكل بني الإنسان ، أما إذا نحن نظرنا إلى الألفاظ والمصطلحات من زاوية المضامين التي توضع في أوعيتها، ومن حيث "الرسائل الفكرية" التي حملتها "الأدوات المصطلحات فسنكون بحاجة _وحاجة ماسة وشديدة _ إلى ضبط معنى هذه العبارة، وتقييد إطلاقها، وتحديد نطاق الصلاح والصلاحية التي يشيع عمومها من عموم ما تحمل من ألفاظ .

في إحدى المؤتمرات العلمية التي عقدت في لبنان عن صحافة المصدر المفتوح وعلاقتها بظاهرة ويكيليكس الذي قام على نشر ملايين الوثائق المسربة من وزارة الخارجية الأمريكية ، وشارك فيها الباحث بورقة علمية عن صحافة المصدر المفتوح وتأثيراتها في الصحافة الورقية دارت المناقشات على مدى يوم كامل بين عدد من باحثي الإعلام في الوطن العربي حول تحرير

مصـطلح (صـحافة المصـدر المفتـوح) وبعـد سـجالات فكريـة معمقـة لم يتوصل المتحاورون إلى تعريف موحـد متفـق عليـه لتلـك الظـاهرة ، وهـو الأمر المتوقع في المصطلحات المتعلقة بتطبيقات الإعـلام الجديـد ومظـاهره كما سبقت الإشارة إليه .

وكما هـو الحـال في عـدم التوافـق في تحديـد مفـاهيم المصـطلحات الإعلامية في مجال الإعلام الجديد ، فإن الأمر نفسه حاصـل في نقـاط كثـيرة مرتبطة بظاهرة الإعلام الجديد ، مثل تحديد نقطة البداية في ظهور الإعـلام الجديد ، وهذا الأمر تابع لقضية تحديد المصـطلح ، فبعضـهم يـرى الجـدة نسبية ، لكنها تبدأ في مجـال الإعـلام بظهـور شـبكة المعلومـات الدوليـة (الإنترنت) بينما رأى آخرون أن اختراع التلغراف كان بداية للتـأريخ للإعـلام الجديد ، كما وقف فريق ثالث في منزلـة وسـطى بـين الـرأيين السـابقين في كون الإعلام الجديد لـيس بـالضرورة مرتبطـا بشـبكة الإنترنـت ، بـل سـمي جديدا لارتباطه بتـزاوج أكـثر مـن وسـيط لنقـل المعلومـات إلى الجماهـير ، واستخدام الوسـائط المتعـددةMultimediaلإيصـال الرسـائل الاتصـالية إلى الجماهير .

إن تفـاوت الطـرح في دراسـات الإعـلام الجديـد لم يقـف عنـد حـدود الخلاف على إطلاق المسميات ، أو تحديد المـدى الزمنـي لبدايـة ظهـور هـذا النمط من الإعلام، بل تعداه إلى المداخل النظرية المختلفـة لدراسـة خصـائص الإعلام الجديد ، ومرورا بـاختلاف المنـاهج العلميـة المسـتخدمة في إنجازهـا ، وانتماء الدراسات إلى نمط الدراسات الإعلامية التحليلية والميدانية أو النقدية ، واختلاف العينات المستخدمة في الدراسات العلمية ، وانتهاء بتنوع واختلاف

النتائج العلمية التي توصلت إليها كل دراسة .

تحديد المصطلح في دراسات الإعلام الجديد

يعد تحرير المصطلح الخاص بالإعلام الجديد إحدى أهم الإشكاليات التي واجهت الباحثين في مجال الإعلام ، وأشارت كثير من الدراسات إلى هذه الصعوبة التي واجهتهم ، شأن كثير من المصطلحات والمفاهيم الإعلامية ، بيد أن العديد من الدراسات قدم مفهوما إجرائيا لاستخدام المصطلح في الدراسة بعد عرضه لعدد من المفاهيم التي حاولت تعريف (الإعلام الجديد) .

ومن المهم الإشارة إلى أن الدراسات التي تناولت ظاهرة الإعلام الجديد يمكن تقسيمها إلى قسمين من حيث التصريح بالظاهرة في العنوان أو عدمه :

أولا : الدراسات التي أوردت مسمى (الإعلام الجديد) صراحة في عنوانها ، سواء تعلق الأمر بدراسة إحدى تطبيقاته ، أو تناولت الدراسة ظاهرة الإعلام الجديد بشكل عمومي .

ثانيا : الدراسات التي لم تشر صراحة إلى لفظ (الإعلام الجديد) في عنوانها ، واكتفت بإيراد مرادف له ، أو تطبيق من تطبيقاته .

وتأتي أهمية هذا التقسيم في كونه يدفع الباحثين إلى محاولة تقديم مفهوم لما احتوى عليه عنوان الدراسة من ألفاظ ، وهو من الأعراف الأكاديمية ، وذلك بالإضافة إلى محاولة تقديم المفاهيم الإجرائية لما يرتبط

به من مصطلحات ، وسنحاول رصد الفرق بـين النمطـين مـن الدراسـات في التغلب على معضلة الوصول لتحديد مفهوم (الإعلام الجديد)

أولا : تعريف الإعلام الجديد في الدراسات التي نصـت عـلى تسـميته في العنوان :

ويقصد الباحـث بهـذا المحـور مـن الدراسـات تلـك الدراسـات التـي تناولت ظاهرة الإعلام الجديد أو أحد مرادفاته كـالإعلام البـديل أو الإعـلام الشعبي أو إعلام المواطن ، إلى غيرها من التسميات التي يركز كل منها على زاوية محددة من سمات الإعلام الجديـد أو إمكاناتـه أو آثـاره عـلى البيئـة الاتصالية بشكل عام ، أو تلـك الدراسـات التـي تركـزت حـول تطبيـق مـن تطبيقاته بالدراسة مثل فيس بوك ، يوتيوب ، تويتر وغيرهـا مـن تطبيقـات الإعلام الجديد ، ودارت نقاشاتهم حول المفاهيم المرتبطـة بـالإعلام الجديـد كما يلي :

لم يشر عباس مصطفى صـادق في دراسـته عـن مصـادر التنظـير وبنـاء المفـاهيم حـول الإعـلام الجديـد مـن فـانفر بـوش إلى نيكـولاس نيجروبـونتي (2009) 1 إلى مفهومه الخاص عن الإعلام الجديد، وإنما اسـتعرض عـددا مـن الأفكـار والمفـاهيم حـول تفاعـل النظـام الاتصـالي الـبشري والآلي ، وعـرض مجموعة من الأفكار لا يمكن تقديمها باعتبارها توصيفا لمصطلح علمي بقـدر اعتبارها مجموعة من العبارات التي تقـدم تحلـيلا أوليـا للحاجـة إلى الإعـلام الجديد ، فعلى سبيل المثال أورد الباحث مقولة فانيفار بوش الذي اخترع آلـة

[1] د عباس مصطفى صادق ، مصادر التنظير وبناء المفـاهيم حـول الإعـلام الجديـد مـن فانفـار بوش إلى نيكولاس نيجروبونتي ،المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعـة البحـرين (الإعـلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009) ص 28.

الميمكس ماشين ، وهـي نظـام ميكـرو فـيلم يمكـن المختصـين مـن تخـزين كتـبهم وسـجلاتهم واتصـالاتهم ، ويقـوم عـلى مبـدأ السرعـة والمرونـة في التخزين والاسترجاع ، قال : إنه مـع خـروج المجتمـع مـن الحـرب العالميـة الثانية ينبغي على جهودنا العلمية أن تتركز حول الحفاظ على كـل المعرفـة الإنسانية السابقة وجمعها 1.

كما أورد الباحث بعض الأفكـار التـي طرحهـا نيكـولاس نيجروبـونتي حول الإعلام الجديد ، الذي تحدث فيها عن ميزات الإعلام الجديـد ، حيـث أشار إلى أنه استبدل الوحدات الرقمية بالمادية ، وأنه – أي الإعـلام الجديـد – خرج من أسر السـلطة التـي كانـت تتمثـل في قـادة المجتمـع والقبيلـة ، والكنيسة والدولة ، إلى أيدي الناس جميعا ، وقـد تحقـق هـذا جزئيـا عنـد ظهور مطبعة جوتنبرج ، وتحقق أيضا عند ظهـور التلغـراف ، وأخـذ سـمته الكاملـة بظهـور الإنترنـت التـي جـاءت بتطبيـق غـير مسـبوق ، وحققـت الاتصال الجمعي بين كل الناس2 .

وبالرغم من أن الباحث قدم هذه الاقتباسات تحت عنوان بناء مفاهيم إلا أنه لا يمكن اعتبار ما سبق مفهوما واضحا للإعلام الجديـد ، فضـلا عـن أن الباحث لم يقدم مفهومه الخاص في دراسته عن الإعلام الجديد .

وفي دراسة د ميمون الطاهري (2009) عن الإعلام الجديـد والفجـوة

---

[1] المصدر السابق ، ص 29

[2] المصدر نفسه ، ص 31

الرقمية العالمية 1 لم يقدم مفهوما للإعلام الجديد الذي أورده في عنوان الدراسة ، ولم يتحدث عن سماته أو خصائصه عوضا عن تحديد المفهوم - فيما عدا الاختلال أو عدم التوازن في تدفق المعلومات بين الشمال والجنوب - ولكنه ركز على مناقشة قضية فجوة المعلومات التي تحدثت عنها قمة تونس للمعلومات في العام 2005 م ، واعتبر في دراسته أن النظام الدولي الإعلامي الجديد الذي تمت مناقشته قبل ثلاثين سنة من قِبَل اليونسكو والمنظمات الدولية المعنية بالأمر قد باءت بالفشل .

أما دراسة د. عصام الموسى عن العرب وثورة الاتصال المعاصرة (2009)م 2 ، فقد قدم مغهوما للإعلام الجديد بأنه : الإعلام الذي دخل البلاد العربية منذ تسعينيات القرن الماضي وتحديدا الإعلام العابر للحدود ، كالفضائيات والإذاعات والصحافة الدولية الناطقة بالعربية والإنترنت 3 .

وفي الحقيقة فإن الباحث قد خلط بين الإعلام الجديد ، والحالة الإعلامية العربية التي تغيرت ملامحها منذ تسعينيات القرن الماضي بلا شك ، كما أنه خلط بين مفهوم الإعلام الجديد والإعلام الدولي ، ووسع مفهومه كثيرا ليشمل القنوات الفضائية والصحافة الدولية ، مع أنها ليست حديثة

[1] د ميمون الطاهري ، الإعلام الجديد والفجوة الرقمية العالمية ، جينالوجيا الهوة ومساءلة الخطاب ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009) .

[2] د عصام سليمان الموسى ، العرب وثورة الاتصال المعاصرة ، الإعلام العربي على مفترق طرق ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009) ، ص 65

[3] المصدر السابق ، ص 66

ولا جديدة ، وإن اشار إلى أنه سيستخدم مصطلح الإعلام الجديد بتحفظ في دراسته .

وفي دراسة د. عبد المحسن بدوي عن مشكلات الإعلام الجديد (2009م) 1 فإنه لم يقدم تعريفا للإعلام الجديد ، ولكنه أشار إلى أنه اقترن باستخدام الحواسيب والوسائط الرقمية في الاتصال، مما يؤكد ضرورة الاهتمام بالمستحدثات الرقمية وخصائصها وتأثيراتها .

وفي دراسة د. عبد الله الزين عن الإعلام الجديد ، النظام والفوضى (2009م) 2 وسع من مفهوم الجدة في الإعلام ، حيث أشار إلى أن التحول والتغير عبر التطور التكنولوجي هو جوهر حياة الإعلام والاتصال ، فالإعلام جديد في كل طور من أطواره ، فقد كان الإعلام جديدا مع ظهور الطباعة ، وجديدا مع تطور الصحافة المكتوبة ، وجديدا مع ظهور الفوتوغرافيا ، وجديدا مع ظهور الإذاعة ، وجديدا مع ظهور التليفزيون ، ويستدل على ذلك بتساؤل الخبراء والباحثين في حقل الإعلام عن مصير الإعلام المكتوب أمام الدور الإعلامي والاتصالي الذي بدأت تؤديه الإذاعة في بداية القرن الماضي ، وعن مصير الإذاعة أمام الاستقطاب الإعلامي الذي حققه التليفزيون أواخر النصف الأول من القرن ذاته ، كل ذلك لأن طبيعة التحول التي تقود إليها

---

[1] د . عبد المحسن بدوي محمد أحمد ، مشكلات الإعلام الجديد ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009) ، ص ص 83-100)

[2] د. عبد الله الزين الحيدري ، الإعلام الجديد ، النظام والفوضى ،المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009) ، ص ص 125-164)

التقنية في بعدها العلمي والأيديولوجي تقتضي النظر في أمر ما يسميه ماكلوهان بالحتمية التكنولوجية1 .

وقد صنفت د. آمال قرامي في دراستها 2: قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر ، المدونات كنوع من تطبيقات الإعلام الجديد ، ولم تشر إلى تحديد مفهومها في نص الدراسة ، وإن أشارت في الهامش إلى أن المدونات ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1994م ، وكانت حينها على نطاق ضيق ، على شكل صفحات شخصية مفتوحة ، تحوي معلومات شخصية وأخرى عامة متنوعة ، وبعض ما يكتب على شكل تقارير متنوعة وبهيئة تشبه إلى حد ما إلى الصحف الإلكترونية المتعارف عليها اليوم، مع تطور في أدوات الإدراج وطريقة العرض ، وهي في الأصل صفحات خاصة على شبكة الإنترنت توفرها مواقع مجانية كموقع بلوجر ، وتستمد المدونة سماتها العامة من شخصية صاحبها ، والأهداف التي ضبطها من التدوين .

أما د. يوسف رمضان في دراسته التي أسماها : الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة (2009م)3 فقد أشار إلى أن

---

[1] المصدر السابق ، ص 128

[2] د. آمال قرامي ، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من مفهوم الجندر ، ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)، ص ص 219-248

[3] د يوسف رمضان ، الاتصال الجديد ، والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009) ، ص ص 317-331

تقنيات الغعلام والاتصال الجديدة هي التي بوأت الإعلام والاتصـال مكانـة مركزية في المجتمعات الغربية المعاصرة ، كما أنه أكد عـلى أنهـا أحـدثت – ولا تـزال - تحـولات مجتمعيـة متسـارعة في وقـت وجيـز في كـل مجـالات الحيـاة السياسـية والاقتصـادية والإعلاميـة والتربويـة وفي مجـال العلاقـات الدولية 1 ، وذكر بأن الاتصال الجديد يمكـن تعريفـه عـلى أنـه يتجسـم في نمط اتصالي حديث يختلف أو يتجاوز نمط الاتصال التقليـدي البسـيط ، أو المبسط بين مرسل ومستقبل ، فالاتصال الجديد هو بمثابة النظـام الـدائري أو الجوقة (الأوركسترا) التي لا تسـمح لأي كـان بالـدخول فيهـا ، حيـث يشارك الكل في العزف ضمن أفراد الفرقة الموسيقية ، وذلك باتباع تقاسـيم غير مرئية2.

والتعريف السابق جيد من حيث تشبيه بيئة الإعلام الجديد بالفرقـة الموسيقية التي يؤدي كل عازف فيها دوره في عـزف المقطوعـة الموسـيقية ، حيث لا تسطيع السلطة وحـدها العـزف ، دون أن يتشـارك أفـراد المجتمـع كافة في بناء هذه المقطوعة الموسيقية .

وفي دراسة للباحث عن استخدامات الشباب الجامعي لموقـع يوتيـوب على شبكة الإنترنت (2009) 3ذكر فيها أن مصطلح الإعلام الجديد يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبث أو ينشر عبر الوسائل الإعلاميـة الشـبكية التـي يصـعب إدراجهـا تحـت أي مـن الوسـائل التقليديـة كالصـحافة والراديـو

---

[1] المرجع السابق ، ص 329

[2] المصدر السابق ، ص 331

[3] د. رضا عبد الواجد أمين ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنـت ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعـالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009) **، ص 615**

والتليفزيـون ، وذلـك بفعـل التطـور التكنولـوجي الكبـير في إنتـاج وتوزيـع المضامين الإعلامية ، كما أشـار الباحـث إلى أن الجـدة التـي يتسـم بهـا هـذا النمط من الإعلام هي جدة نسبية ، بمعنى أنه ربما يكـون جديـدا اليـوم ولا يكون كذلك في الغد ، أو أن ما نراه غير جديد اليوم ، كان جديدا بالأمس . 1

وفي دراسـة د الصـادق رابـح عـن المـدونات والوسـائط الإعلاميـة (2009)2 لم يعرف المدونات لكنه أشـار إلى أنـه يمكـن النظـر إإليهـا كفئـة جديدة من فئات الأخبار والأحداث الجارية ، وأصبحت جزءا من الممارسـة الإعلامية عند الكثير من الوسائط المهنية ، وأنها بذلك تكون قد ساهمت في ظهور نوع جديد من الكتابة في الوسائل الإعلامية التقليدية .

ثانيا : الدراسات الإعلامية التي وسـعت مـن مفهـوم الإعـلام الجديـد لتضـيف إليـه الصـحافة الإلكترونيـة ، باعتبارهـا نمطـا جديـدا مـن أنمـاط الصحافة ، ووسيطا له العديد مـن المميـزات القـادرة عـلى اجتـذاب أعـداد كبيرة من المستخدمين والمتصفحين في شبكة الإنترنت ، ومنها :

دراسـة د. حـاتم الصريـدي عـن الصـحف الإلكترونيـة البحرينيـة

---

[1] المصدر السابق ، ص 516

[2] د. الصادق رابح ، المدونات والوسائط الإعلامية بحث في حدود الوصل والفصـل ، ، دراسـة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومـات ، دراسـة مقدمـة إلى المـؤتمر الـدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الـذي نظمتـه جامعـة البحـرين (7-9 أبريـل 2009 م)

(2009م)1، ولم يقـدم الباحـث مفهومـا للصـحافة الإلكترونيـة البحرينيـة ، ولكنـه اسـتخدمها في البحـث بمعنـى الأذرع الإلكترونيـة للصـحف الورقيـة اليومية في مملكة البحرين آنذاك ، وهي : الوطن ، الوسط ، أخبار الخليج ، الوقت ، الأيام.

بينما يقدم د جاسم جابر في دراسته عن الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية (2009) 2 فقد أشار إلى أن الصحافة الإلكترونية هي العمليـة التـي تقـوم بهـا المواقـع الإلكترونيـة والشركـات الإعلاميـة القائمـة كالصحف والإذاعة ، لإطلاق الأخبـار إلى المسـتخدمين بواسـطة الإنترنـت 3، وقد وسع من مفهوم الصحافة الإلكترونيـة ليضـم إليهـا الأذرع الإلكترونيـة لوسائل الإعلام التقليدية كالصحف ومحطات الراديو والتليفزيون .

ولم يتوسع الباحث في إيراد الدراسات المتعلقة بها لإمكانية التفريـق بين الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية بعدد من المحددات ، ولأن الإعلام الجديد بـه مـن السـمات والإمكانيـات االتقنيـة وأسـاليب التـدوين بـه مـا يختلف كثيرا عن الصحافة الإلكترونية .

---

[1]د.حـاتم الصريـدي ، الصـحف الإلكترونيـة البحرينيـة ، دراسـة في تقيـيم واجهـة الاسـتخدام والوصول إلى المعلومات ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديـد : تكنولوجيـا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

[2]د جاسم جابر ، الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية ، دراسـة تحليليـة لعينـة من الصحف الإلكترونية العربية ، دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

[3]المرجع السابق ص 392 .

ومن المهم الإشارة إلى أن (الجدة) التي يتسم بها هـذا الـنمط مـن الإعلام هي جدة نسـبية ، بمعنـى أنـه ربمـا يكـون جديـدا اليـوم ولا يكـون جديدا في الغد ، أو أن ما نراه غير جديد اليوم كان جديـدا بـالأمس ، ومـن هنا ندرك أن بعض منظري مفهوم الإعلام الجديد مثـل جينـتلمان وبنجـري قد أصلا لظهور الإعلام الجديد ابتـداء مـن ظهـور التلغـراف عـام 1740م ، وبنيا فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام .[1]

فالمفهوم بالرغم من دقة وصفه بالجـدة إلا أن هنـاك خلافا لفظيـا ولغويا على مدلولاته ، وهذا لا ينفي أن هناك واقعا جديدا للإعـلام ظهـرت فيه أشكال متعددة من الرسائل الاتصالية والوسائل الإعلامية التي تختلـف تماما عن مرحلة ما قبل الانتشار الجماهـيري لشـبكة المعلومـات الدوليـة (الإنترنت) .

بعض المفاهيم والمصطلحات التي ظهرت في الواقع الإعلامي الجديد :

الإعلام الشبكي :

قدم بعض الباحثين أشكال الإعـلام المتـوفرة عـلى الإنترنـت باعتبارهـا إعلامـا شـبكيا Network Communication أو صـحافة شـبكية Online Journalism، وذلـك نسـبة إلى الوسـيط الـذي يحمـل المضـمون الإعلامـي قياسا على الإعلام الإذاعي والتليفزيوني وغيرهما .

[1]عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة ، دراسة منشـورة في البوابـة العربيـة لعلـوم الاتصـال والإعـلام عـلى شـبكة الإنترنـت ، رابـط البوابـة http://www.arabmediastudies.net/ تاريخ الزيارة 4-10-2012م

والإعـلام الشـبكي في تعريـف قدمـه محمـد عبـد الحميـد هـو " العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات ، لإتاحـة المحتـوى في روابـط متعـددة ، بعـدد مـن الوسـائل ، وفـق آليـات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى ، وتوفر له حرية التجـول والاختيـار والتفاعـل مـع عنـاصر هـذه العمليـات ، بمـا يتفـق مـع حاجات هذا القارئ واهتماماته وتفضيله، ويحقق أهداف الـنشر والتوزيـع على هذه المواقع "1 ويلاحظ أن هـذا المفهـوم لا يـزال يسـتخدم مفـردات إعلامية ذات صلة وثيقة بالصحافة الورقية مثل (القارئ) الذي يرمـز إليـه في الإعلام الجديد بالمستخدم user ، وذلك لأن المستخدم لشـبكة الإنترنـت ربما يكون قارئا لنصوص أو مستمعا لملفـات صـوتية أو مشـاهدا للقطـات فيديو ومواد فيلمية .

الإعلام الإلكتروني :

يأتي مفهوم الإعلام الإلكتروني

Electronic Communication

ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولـوجي في وسـائل الاتصـال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومـات ، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجـه إليـه فهـو يشـترك مـع الإعـلام

[1] د. محمد عبد الحميد ، الاتصال والإعلام عـلى شـبكة الإنترنـت ، (القـاهرة : عـالم الكتـب ، 2007) ص 141

بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة ، بيد أنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة 1 ، المتمثلة في استخدام الحواسب الآلية أو الأجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الإنترنت ، وهو يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الإعلام .

الإعلام الرقمي :

ويشير مفهوم الإعلام الرقمي Digital Communication

إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية ، مثل مواقع الويب Websites، الفيديو والصوت والنصوص وغيرها ، وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد ، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها ، من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة 2 ، وهو بهذا يشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التليفزيون التفاعلي، أو التليفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية .

---

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ، الصحافة الإلكترونية (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007) ص94

[2] د. محمد عبد الحميد ، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت ، مصدر سابق ، ص 26 .

إعلام المجتمع ، أو الإعلام الشعبي :

ويشير مفهوم إعلام المجتمعSociety mediaالذي بـدأ ينـتشر عـلى نطاق واسع ليشير إلى ذلك المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفـراد المجتمـع أو الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشـبكية ، وسـاعد في انتشـار هـذا النـوع مـن الإعـلام انتشـار أدوات إنتاجـه، مثـل كـاميرات الفيـديو والكاميرات الرقمية، وأجهزة الهواتف النقالـة في حالـة أعقـد أنـواع الإنتـاج الإعلامي وهو الإعلام المسموع المرئي ، وهو ذلك النوع الذي ينتمي إليه مـا يمكن أن نطلق عليه (صحافة الفيديو) أو الصـحافة المصـورة بعـد انتشـار المواقع الإلكترونية التي تسمح بإرفاق وبث هـذه المقـاطع عـلى الإنترنـت ، وأشهر هذه المواقع هي (يوتيوب) .

ويثير إعلام المجتمع الكثير من التساؤلات حول العلاقة بـين وسـائل الإعلام والجمهور ، فالأمر المؤكد أن العلاقـة بـين وسـائل الإعـلام التقليديـة والجمهور تمر بمرحلة تغير متجهة نحو ما يدعوه محترفـو الإعـلام (وسـائل إعلام النحن) ، حيث تتـيح هـذه العمليـة الصـحفية الآخـذة في الـبروز إلى الوجود للشبكة الاجتماعية المستخدمة للإنترنت إنتاج الأخبـار والمعلومـات وتحليلهـا وتوزيعهـا عـلى جماهـير مترابطـة تكنولوجيـا ولا تحـدها حـدود جغرافية .

ويرى دايل بسكين وآندرو ناتشسـن المـدير المشـارك ومـدير مركـز وسائل الإعـلام في فرجينيـا بالولايـات المتحـدة أن الابتكـارات في تكنولوجيـا المعلومات قـد دفعـت بـالمجتمع الإنسـاني إلى حقبـة مـن وسـائل الإعـلام الديمقراطيـة يمكـن فيهـا لكـل فـرد تقريبـا أن يحصـل فـورا عـلى الأنبـاء

والمعلومات ، وأن يصبح من مؤسسي المشروع الصحفي والمساهمين فيه ، ونتيجة لذلك أمست الأخبار تنتقل اليوم بطرق غير معتادة وتفرز نتائج لا يمكن التنبؤ بها 1.

وتتسم (وسائل إعلام النحن) بسمة مميزة ، فهي عملية ناشئة منطلقة من القاعدة إلى القمة ، يملى فيها قدر ضئيل جدا من الإشراف التحريري ، أو بالأحرى غيابه تماما ، وهو ما يعني عمليا انتهاء ما كان يعرف بحارس البوابة الإعلامية Gate keeper الذي كان يقوم بانتقاء الأخبار وتقييم أهميتها في الوسيلة الإعلامية .

ومن الإعلام الشعبي أو إعلام المجتمع (المدونات) التي تلعب دورا هاما في تدفق الأخبار والآراء والمعلومات على شبكة الإنترنت ، وتعرف المدونات بأنها : هو تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، و هو في أبسط صوره عبارة عن صفحة وب تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة و مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، و يكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى مدونة معينة في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.

ومن وجهة نظر علم اجتماع الإنترنت، ينظر إلى التدوين باعتباره وسيلة النشر للعامة التي أدت إلى زيادة دور الوب باعتبارها وسيلة للتعبير

---

[1] ايل بسكين وآندرو ناتشسن ، وسائل الإعلام الناشئة تعيد تشكيل المجتمع العالمي ، مجلة إلكترونيك جورنال ، قضايا عالمية ، وزارة الخارجية الأمريكية ، مكتب برامج الإعلام الخارجي ،المجلد 11 ، العدد 2 ، آذار ، مارس 2006 ، ص 9

و التواصـل أكـثر مـن أي وقـت مضى، بالإضـافة إلى كونـه وسـيلة للـنشرو الدعايـة و الـترويج للمشروعـات و الحمـلات المختلفـة، و يمكـن اعتبـار التدوين كذلك إلى جانب البريد الإلكتروني أهم خدمتين ظهرتا على إنترنـت على وجه الإطلاق، وبعد ظهور الجيل الجديد من الإنترنت ، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي حدثت ثورة في عالم الاتصال الشبكي ، وأصبح التـدوين بالكلمة والصورة والفيديو أسهل من ذي قبل .

الفصل الثاني

الدراسات التي تناولت ظاهرة

الإعلام الجديد

يستعرض هذا الفصل والفصل الذي يليه بعض ما خلص إليه الباحثون من دراسات حول الإعلام الجديد لتكون منطلقا له في الدراسة ، مع تقديم رؤية نقدية لهذه الدراسات ومنهجها والمداخل النظرية التي اعتمدت عليها ، كونها تعطي الإطار المعرفي لفهم ظاهرة وواقع (الإعلام الجديد).

ويمكن تصنيف الدراسات التي تناولت ظاهرة الإعلام الجديد من حيث بنية الدراسة العلمية إلى الأنواع التالية :

أولا: الدراسات التي تناولت ظاهرة الإعلام الجديد وتعرضت لخصائصه وسماته .

ثانيا : الدراسات التي تناولت تأثيرات الإعلام الجديد في المجتمعات على الصعيد الاتصالي والثقافي .

ثالثا : الدراسات التي تناولت تطبيقا أو أكثر من تطبيقات الإعلام الجديد، كالمدونات ، أو الفيس بوك، أو تويتر ، يوتيوب .

مجالات دراسات الإعلام الجديد :

و يمكن تقسيم الدراسات التي تناولت ظاهرة الإعلام الجديد من حيث المجال الذي تم تناوله من خلاله ، وركزت عليه الدراسة ، على النحو التالي :

أولا : دراسات ناقشت مفهوم الإعلام الجديد وسماته وإمكانياته التفاعلية:

ومنها دراسة عباس مصطفى صادق عن مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد (2009م) 1 وتناول فيها قضية بناء المفاهيم حول تفاعل النظام الاتصالي البشري والآلي ، حيث تناول بعض الأفكار التي طرحها فانفربوش المبكرة ، وهو مخترع آلة الميمكس ماشين وهي عبارة عن نظام ميكروفيلم يمكن المختصين من تخزين كتبهم وسجلاتهم واتصالاتهم ويقوم على مبدأ السرعة والمرونة في التخزين والاسترجاع ، وخلص من خلال استقراء المحاولات المختلفة إلى أن عملية بناء المفاهيم حول الإعلام الجديد بدأت من خلال مجتمع مهندسي الشبكات والكمبيوتر ، وأن نفس هذا الوضع تكرر فيما بعد ظهور الأفكار المختلفة للإعلام الجديد فقد كتب فيه كثيرون ، من غير مجتمع الاتصاليين وأساتذة الإعلام مثلما هو الحال بالنسبة لنيكولاس نيجروبونتي ، وكروسبي ، وجون بافليك، وآخرون .

وانتهت دراسته إلى أن أمرا مماثلا حدث بالنسبة للشركات والجهات التي تعمل في مجال شبكات وتطبيقات الكومبيوتر والإنترنت التي تحولت إلى مظلات إعلامية واتصالية ضخمة ، مثلما هو الحال بالنسبة لجوجل وياهو ومايكروسوفت وغيرها ، كما انتهى إلى أن دخول الجمهور كطرف رئيس في صناعة النظام الإعلامي والاتصالي الدولي اقتضى إيجاد مداخل نظرية لفهمه وتأطير نظام الإعلام الجديد المتصل بالجمهور وحده ، صناعة واستهلاكا ، بعيدا عن سلطة نظم الاتصال التقليدية.2

[1] د عباس مصطفى صادق ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفار بوش إلى نيكولاس نيجروبونتي ، مصدر سابق .

[2] المرجع السابق ، ص 35

وبالرغم من أهمية محور تحديد مفهوم الإعلام الجديد على مستوى التنظير إلا أن ندرة في تلك النوعية من البحوث رصدها الباحث في حدود ما أتيح له الإطلاع عليه من دراسات ، وربما يرجع ذلك إلى الحالة الديناميكية التي يتسم بها الإعلام الجديد ، واختلاف تفاصيل محدداته تبعا لتطور إمكانياته التقنية وميزاته التفاعلية .

ثانيا : دراسات تناولت واحدا أو أكثر من تطبيقات الإعلام الجديد ، سواء من ناحية التحليل العلمي لبعض المحتوى المقدم من خلاله كما أو كيفا ، أو ما يتعلق باستخدامات الجماهير لذلك التطبيق :

تناولت بعض الدراسات واحدا أو اكثر من تطبيقات الإعلام الجديد، وربما ركزت على جانب واحد من الظاهرة ، منها دراسة آمال قرامي بعنوان : قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر [1]والتي حاولت فيها تحليل بعض المدونات النسوية التي عرفتها بأن غايتها بث الوعي النسوي والدفاع عن قضايا المرأة مثل مناهضة التمييز على أساس الجنس، وجرائم الشرف ، وجرائم التحرش الجنسي، وتوصلت إلى أن غالبية المدونات النسائية لم تفصح المدونة عن بياناتها الشخصية الحقيقية ، وربما ظهرت بأسماء مستعارة ، وأن محتواها تنوع ما بين الأخبار السياسية و عرض السيرة اليومية الحياتية ، وبعضها اتسم بنزعة ترفيهية ، وخلصت إلى أن ثورة المعلومات ترتب عليها تحرر الفرد من مجموعة من القيود مما خول له أن يضطلع بأدوار متعددة ، وأن يتقمص شخصيات مختلفة وهويات متعددة ، وأن

---

[1] د. آمال قرامي ، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من مفهوم الجندر ، مرجع سابق ، ص ص 219-248

يحقق متعة اللهو والغموض والفوضى .

أما دراسة الدكتور الصادق الرابح عن المدونات والوسائط الإعلامية[1]فقد أكد فيها على أن المدونات أصبحت جزءا من الممارسة الإعلامية عند الكثير من الصحفيين في الوسائط المهنية فقد أدمجت بعض هذه الوسائل فئات عديدة من المدونات في فضائها الإلكتروني ، بل إن بعضها لم ير مانعا من منح صحفييها مساحة للتدوين تأخذ شكل عمود يتم تحيينه باستمرار ، ويتضمن أفكارا ذات منحى ذاتي ، ومن هذا المنظور فإن التدوين والإعلام الإلكتروني قد أصبحا مترابطين، لكنه ترابط ما زال يحتاج إلى بعض الوقت لكي تتجلى ملامحه الكلية .

وفي دراسة للباحث عن الخطاب الإسلامي في المدونات في شبكة الإنترنت[2] خلصت الدراسة إلى أن المدونات - وغيرها من الوسائل الإلكترونية التي خلقت مناخا جديدا للاتصال – تعد فرصة ثمينة لإنتاج الخطاب الديني المتوازن الذي يحرص على تصحيح صورة الإسلام والمسلمين ، وتصحيح الأفكار المغلوطة التي تثار في هذا الشأن ، وضبط وتقويم سلوكيات المجتمع الإسلامي ، وأكدتأن نسبة المدونات التي تنتج الخطاب الديني تقل بكثير عن المدونات التي تهتم بالنواحي السياسية والأدبية والذاتية ، يتضح ذلك من التصنيفات التي تعدها المواقع التي تستضيف المدونات ، والتي يعدها

---

[1] د. الصادق رابح ، المدونات والوسائط الإعلامية ، بحث في حدود الفصل والوصل ، مرجع سابق ، ص ص 537-558

[2] د. رضا عبد الواجد مين ، الخطاب الإسلامي في المدونات على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر (أكتوبر 2006م) .

المدونون أنفسهم وصفا لمدوناتهم .

كما توصلت الدراسة إلى أن غالبية القائمين على إنتاج الخطاب الإسلامي في المدونات يكتبون بأسماء مستعارة ، ولا يفصحون عن هوياتهم هروبا من الرقابة والمسئولية معا ، وأن الخطاب الإسلامي في المدونات يركز على القضايا المعاصرة التي تهم المسلمين ، وتخوض في كثير من القضايا المسكوت عنها في الإعلام الرسمي ، ثم القضايا السياسية ، فالموضوعات المتعلقة بالعبادات والرقائق وفضائل الأعمال .

وأشارت الدراسة إلى أن المدونات الإسلامية تستخدم الاستمالات العاطفية التي تستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته ، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال ، بنسبة أكبر من الاستمالات المنطقية العقلية التي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية ، وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة ، وبعض هذه المدونات يمزج بين كل من الاستمارت العاطفية والمنطقية ، وأن لغة الخطاب الإسلامي في المدونات يغلب عليها الطابع الانفعالي ، في مناقشة وطرح القضايا الشائكة ، مثل الرد على الإساءات المتكررة للإسلام والمسلمين والنبي الكريم (صلى الله عليه وسلم) من قبل زعماء الغرب السياسيين والدينيين .

وانتهت الدراسة إلى أن المدونات الإلكترونية – بشكل عام – تمثل مجتمعا تفاعليا ، وحوارا من طرفين أو أكثر ، حيث تتيح للقراء إمكانية التعليق على الرسائل والتواصل مع المدون عبر أكثر من وسيلة لمناقشة آرائه وأطروحاته .

وفي دراسة للباحث عن استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب

علـى شـبكة الإنترنـت1 ، هـدفت إلى التعـرف عـلى اسـتخدامات الشـباب الجامعي في مملكة البحـرين لأشـهر مواقـع إرفـاق مقـاطع الفيـديو حـول العالم (يوتيوب) وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها : أن موقـع يوتيوب يقدم نمطا جديدا من إعلام النحن أو الإعلام الشـعبي الـذي يقـوم المستخدمون بإنتاجه وتحريره ، حيث يقوم الموقع على إمكانيـة إرفـاق أي ملفات فيديو على الموقع ليشاهده ملايين المستخدمين حول العـالم وبـدون أي تكلفة مالية ، وأن الموقـع أنشـئ في فبرايـر 2005 ، وأن صـاحب فكرتـه ثلاثة من الشباب هم : تشاد هـيرلي Chad Hurley وسـتيف تشـين Steve Chen وجـاود كـريم Jawed Karim، أرادوا أن يتبـادلوا فـيلما لحفلـة حضروها فجاءتهم فكرة إنشاء الموقع.

كما توصلت الدراسـة إلى أن غالبيـة الشـباب الجـامعي يسـتخدمون موقع إرفاق لقطات الفيديو (يوتيوب) بنسـبة 87.7% مـن إجـمالي عينـة الدراسـة ، وهـو مـا يشـير إلى جاذبيـة الإعـلام الجديـد والأنمـاط الاتصـالية الجديدة لقطاعات متعددة من المجتمع ، وفي مقدمتها الشباب الجـامعي ، و تمثلت دوافع استخدام الشـباب الجـامعي لموقـع يوتيـوب في الرغبـة في إمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة ، ثم التسلية والترفيه ، والرغبة في مشاهدة أجزاء من برامج تليفزيونيـة لم يـتم الـتمكن من مشاهدتها تزامنيا ، والفضول للتعرض لنمط إعلامي جديد.

كـما بينـت الدراسـة أن هـذا الـنمط مـن الإعـلام الجديـد حـول

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنـت ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م) ، ص ص 511-536

المستخدمين إلى منتجي رسائل إعلامية ، وحقق لهم مفهوم الجمهور النشط بكافة أبعاده ، وتخطى بهم من مرحلة الجمهور النشط إلى المرسل النشط للمضامين الإعلامية في مواقع تبادل ملفات الفيديو ، (يوتيوب) ، حيث أشارت الدراسة إلى أن 21% تقريبا ممن يستخدمون يوتيوب من الشباب الجامعي لديهم (بروفايل) على الموقع ، ويقومون بإرفاق المواد الفيلمية ، وإن اختلفت درجة انتظامهم في ذلك ، وأن 33% منهم يقومون بالتعليق على المواد الفيلمية على الموقع .

و توصلت الدراسة إلى أن غالبية الشباب الجامعي أعطوا موقع عرض مقاطع الأفلام (يوتيوب) قيما إيجابية ، ويرون أن هذا النمط الجديد من الإعلام يمثل تطورا كبيرا في وسائط الإعلام الإلكتروني ، وأنه يقدم خدمة إعلامية لا تستطيع وسيلة أخرى تقديمها لاكتسابه لخصائص أكثر من وسيلة إعلامية كالتزامنية واللاتزامنية ، كما أشارت الدراسة إلى أن 38% من المبحوثين يعتقدون بضرورة وجود رقابة على المحتوى المقدم من خلال الموقع ، وأيدوا قيام الحكومات بعمل فلترة للموقع للحفاظ على القيم والأخلاقيات والمعتقدات السائدة .

وفي دراسة للباحث عن صحافة المصدر المفتوح وتأثيرها على الصحافة الورقية ، ويكيليكس نموذجا[1] ، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

أولا : تشير صحافة المصدر المفتوح إلى نوعية من الصحافة تقوم على

---

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ، صحافة المصدر المفتوح وتأثيراتها على الصحافة الورقية ، ويكيليكس نموذجا ، ورقة مقدمة إلى ندوة المصدر المفتوح في عالم الإنترنت ، المركز العربي لدراسة السياسات، بيروت (4-6 مارس 2011م)

التشاركية في النشر الإلكتروني ، وتقوم على إنتاج الجمهور أو مشاركته في عمليات الإنتاج الصحفي المتوفر على الشبكة ، وأن من أهم سماتها التفاعلية وتعدد الوسائط والتحديث المستمر ولا محدودية المساحة .

ثانيا : أن مواقع الويكي القائمة على المشاركة الجماعية في إنتاج المعلومات هي إحدى أنماط المصدر المفتوح في شبكة الإنترنت ، وأشهرها ويكيبيديا ، وويكيميديا ، وويكي بوكس ، وويكيلكس التي بدأت بإتاحة الفرصة للأفراد بإضافة المحتوى ، ثم تخصصت بعد ذلك في نشر الوثائق المسربة ، وآخرها وثائق مراسلات الخارجية الأمريكية .

ثالثا : أن صحافة المصدر المفتوح تواجه عددا من التحديات أبرزها التحدي المتعلق بمستوى الثقة لدى القراء ، حيث أن البعض لا يقوم بتوثيق المعلومات ، أو يتم نقل المقالات والموضوعات دون الإشارة لعملية النقل .

رابعا : أن هناك اتجاهان لرصد علاقة صحافة المصدر المفتوح والصحافة الكترونية على الصحافة الورقية ، الاتجاه الأول يبالغ في رؤية تأثير المواقع الإلكترونية بشكل عام وانتشارها على مستقبل الصحف الورقية ، وأن الأخيرة في غضون سنوات قليلة ستفقد موقعها بين وسائل الإعلام ، انطلاقا من رؤية التطور السريع لهذه المواقع وخصائصها وانتشار استخدامها على نطاق واسع ، وسهولة الإنتاج والنشر مقارنة بالصحف الورقية والاتجاه الثاني : يرى أنه لن يحدث تراجع في مكانة الصحف الورقية ، ويستشهد بتلك التجارب التاريخية لاستمرار وسائل الإعلام مع التحديث المستمر في كل منها في علاقتها بالأخرى .

خامسا : أن تسريبات ويكيليكس بالرغم من كونها أتاحت المعرفة على شكل واسع مما أهلها للترشح لجائزة نوبل للسلام عن عام 2010 م إلا أن طريقة الحصول على تلك المعلومات يثير كثيرا من التساؤلات حول مدى الالتزام بالمعايير المهنية ومواثيق الشرف الإعلامية التي تجرم الحصول على المعلومات بطرق غير مشروعة .

سادسا : أن عدم مصداقية الإعلام الرسمي في كثير من البلدان وخاصة النامية وتطوير تطبيقات الإنترنت أديا إلى أن يتبؤ الإعلام البديل مكانة متقدمة في بعض الأحيان على الإعلام التقليدي ، وتعاظم دوره عربيا بعد أن كان له الدور الأكبر والأهم في مساندة الشعوب الثائرة على الأنظمة السياسية الديكتاتورية .

وفي السياق ذاته توصلت دراسة أخرى عن اتجاهات الشباب العربي نحو غرف البالتوك 1

والتي أجريت على عينة من الشباب من مصر وليبيا والسودان إلى زيادة استخدام الشباب العربي لغرف البالتوك على شبكة الويب ، وأن الذكور أكثر استخداما لها من الإناث ، وأن غالبيتهم لم يزورا مجموعات الحوار الإباحية وإن كان ربع العينة التي بلغت200 مفردة أجابت بأنها ترتاد الغرف الإباحية بشكل نادر وبدافع الفضول وحب الاستطلاع .

[1] د. عبد الهادي النجار ، اتجاهات الشباب العربي نحو غرف البالتوك دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري والليبي والسوداني ، بحث منشور ضمن وقائع مؤتمر (الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام والاتصال ، القاهرة : مايو 2008)

وفي دراسة عن التفاعلية في المنتديات والبريد الإلكتروني على الويب1 توصلت إلي أن الاتصال من خلال وسائل الإعلام يفقد عنصر التفاعل مقارنة بالانترنت وتطبيقات الإعلام الجديد والذي يوفر مساحة عريضة من حرية النقاش وتبادل الرأي من خلال مواقع الدردشة والمواقع الحوارية التي تضم جماعات متنوعة من الأفراد من مختلف أنحاء العالم مما أتاح للجمهور العريض " أداة إعلامية الكترونية عامة " مستقلة عن المؤسسات الإعلامية المعروفة.

ثالثا: دراسات اهتمت بإبراز البعد التكنولوجي الذي أفرز ظاهرة الإعلام الجديد ، وتأثيراته على المجتمعات :

ومنها دراسة د. ميمون الطاهري عن الإعلام الجديد والفجوة الرقمية العالمية (2009م) 2 وركز فيها على إشكالية الاختلال في التدفق الإعلامي والمعلوماتي في العصر الجديد ، وأشارت الدراسة إلى أن أكثر من ثلاثين سنة مرت على نقاشات مشروع النظام الدولي الإعلامي الجديد الذي كان مصيره الفشل ، ومرت سنوات عدة منذ انعقاد الجزء الثاني من القمة العالمية حول مجتمع المعلومات التي عقدت في تونس ، ولا زالت نفس الإشكالية مطروحة في

---

[1]Tanjev Schultz,2000 .Mass Media and the concept of Interactivity : Exploratory Study of Online Forums : and Reader E. mail ,In Media Culture and Society, SAGE Publications (London, thousand Oaks and New Delhi) ,Vol . 22:P.p 205-221

[2]د ميمون الطاهري ، الإعلام الجديد والفجوة الرمية العالمية ، جينالوجيا الهوة ومساءلة الخطاب ، مصدر سابق (7-9 أبريل 2009 م) .

الساحة الدولية ، فالإشكالية لم تتغير ، وإنما تعصرنت ، فإذا كانت دول العالم الثالث تطالب في النصف الثاني من القرن العشرين بحصتها في السوق الإعلامي الدولي الذي كان قائما آنذاك بمنتجاته التناظرية ، فإنها بعد الثورة الإعلامية العملاقة تحولت مطالبها إلى السلع الرقمية .

كما أشار إلى أن السبب الرئيس في فشل كل المشاريع الدولية المرتبطة بالميدان الإعلامي – قديمه وجديده – تعود بالدرجة الأولى إلى غياب الإرادة السياسية لدى الدول الكبرى المتحكمة في مصير المجتمع الدولي في أبعاده المختلفة ، وإذ تتصرف الدول الغنية بهذه الطريقة فإنها تطيل أمد الفجوات العديدة التي يعرفها العالم المعاصر ، ومن بينها الفجوة الرقمية ، أما المنظمات الدولية فهي عاجزة في ظل موازين القوى القائمة عن فعل أي شيء 1 .

وفي دراسة د عصام الموسى عن العرب وثورة الاتصال المعاصرة (2009)م2 ، توصل فيها إلى أن الإعلام الجديد عربيا بدأت الصورة تتغير فيه ، وأصبح هناك مجال للرأي والرأي الآخر ، ما يمكن القول إن نظاما اتصاليا شبه ليبرالي يعزز تقاليد العصر الشفهي قد تم إرساؤه ، وعلى عكس ما توصلت إليه الدراسة السابقة رأت هذه الدراسة أن من النتائج الأولى المهمة للنظام الاتصالي الإعلامي العربي الجديد الذي بدأ يتشكل تمكنه من كسر احتكار الإعلام الدولي ، واختراق أسلوب سريان المعلومات الذي ظل سائدا

---

[1] المصدر السابق نفسه ، ص 62

[2] د. عصام الموسى ، العرب وثورة الاتصال المعاصرة ، الإعلام العربي على مفترق طرق ، مصدر سابق (7-9 أبريل 2009م) ص ص 77-78

حتى ذلك الوقت ، وأن اليونسكو كمنظمـة لعبـت دورا في تحريـر الإعـلام حين أوصت بوسائل إعلام حرة ومسـتقلة ومتعـددة تـتخلص مـن سـيطرة الدول والأنظمة لها وذكر الباحـث إلى أن ثـورة حـدثت مـع بـروز الإعـلام الجديد في المنطقة العربية ، والأهم – حسب قوله- أنها اندلعت آثارهـا في أعماق المواطن العـربي نفسـه ، المتلقـي مباشرة لرسـائل الإعـلام الجديـد ، المتنوع دون رقيب أو حسيب ، وقـد آذن هـذا ببـزوغ فجـر نظـام اتصـالي جديد في الوطن العربي فرضته ظـروف الحتميـة التكنولوجيـة ، والضـغوط نحو الإصلاح ، بما يقود لتحويل الإعلام إلى نظـام اتصـال جماهـيري ، وكـل هذا لابد أن يؤثر في البنية الفكرية للإنسان العربي ، ونقله من نظام اتصالي سلطوي إلى ليبرالي شفوي التوجه يعترف بالرأي المعارض .

كما انتهت الدراسة إلى أنه بـالرغم مـن محـاولات السـلطة للإبقـاء عـلى الوضـع كـما هـو ، واستصـدار وثـائق تقيـد العمـل الإعلامـي ، فـإن قدرةالإعلام على التغيير لتوافقها مع مطالـب الشـعب بالإصـلاح سـتنعكس على الدور المطلوب من الصحافة والإعلام ، فيـدفعان بـه لمسـاءلة السـلطة ومحاسبة الإعلاميين المقصرين ليكونوا جديرين بالسطة الرابعـة ، وسـتكون التحولات كما أظهر تاريخ الاتصال اجتماعية وثقافية وفكرية ، واقتصـادية وسياسية تطول المجتمع برمته 1 .

وركــزت دراســة للباحــث عــن حــدود التفاعــل الاجتماعــي في

---

[1]المرجع السابق ، ص ص 77-78

المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت[1] استهدفت التعرف على طبيعة وخصائص المجتمعات الافتراضية في شبكة الويب ، والتعرف كذلك على أنماط المجتمعات الافتراضية في الإنترنت والسمات العامة التي تميز كل نمط، وحدود ما يمكن أن تقدمه من علاقات تفاعلية اجتماعية وثقافية بين سكان هذه المجتمعات .

وقد توصلت الدراسة – في أهم نتائجها – إلى : أولا ، أن المجتمعات الافتراضية في شبكة الإنترنت هي تجمعات اجتماعية تخضع لاعتبارات السلوك الإنساني ، وأن توفر تطبيقات معينة من أدوات الاتصال الرقمي ضرورة لإنشاء هذه المجتمعات ،وأن التواصل و المناقشات والحوار بين سكان هذه المجتمعات هي معيار نجاحها بالدرجة الأولى .

ثانيا : أن هناك مجموعة من العوامل والمتغيرات تؤثر في المجتمعات الافتراضية سلبا أو إيجابا ، منها مدى الاتساق أو الاختلاف مع القيم والمعتقدات السائدة ، ومدى تبنيها للأنماط الاتصالية البناءة التي تسهم في تطوير الحياة الواقعية ، ثم مدى الالتزام بالمعايير والضوابط الأخلاقية التي تحكم المجتمعات الإنسانية بشكل عام .

ثالثا : فرقت الدراسة بين نوعين هامين من أنواع المجتمعات الافتراضية في شبكة الإنترنت ،

---

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ، حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت ، دراسة مقدمة إلى مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي ، الذي أقامته جامعة الملك سعود ، (الرياض : 15-17 مارس 2009 م)

أولاهـما : تلـك المجتمعـات الافتراضـية التـي تقـوم عـلى التفاعـل الثقـافي والاجتماعــي ، وتبــادل الأفكــار والآراء عــبر مواقــع تســمح لمســتخدميها بالإضافة والتعليق والمشاركة النشطة أثناء التجول ، كالمدونات ،والمنتـديات ، ومجموعـات الأخبــار ، وغــرف الحــوار والشــات ، والقــوائم البريديــة، وشبكات التعارف الاجتماعي وعلى رأسها شبكة الفيس بوك وماي سبيس .

والنوع الثاني من هذه المجتمعـات الافتراضـية التـي يمكـن تسـميتها بالمجتمعات الافتراضية الكاملة على شبكة الويب ، وهي المواقع الإلكترونية التي تحاول محاكاة العالم الواقعي ، من خـلال إتاحـة عـدد مـن الخيـارات المتعددة أمام المستخدمين تمكنهم من ممارسة تفاصيل متعددة وكـأنهم في العالم الحقيقي من بيع وشراء وارتداء ملابس والسفر عبر الطائرات وغيرهـا وجنــى الأمــوال وإنشــاء البيــوت والشركــات ....الــخ بمــا في ذلــك إنشــاء مجتمعاتهم الخاصة بنشر أفكارهم وتبادل الاهتمامات المشتركة مع آخرين من خلال إمكانية إنشاء المدونات والصفحات الخاصة بالمستخدمين .

رابعا : أن شبكات التواصل الاجتماعية مثل الفيس بـوك والمجموعـات التي تتشكل فيها والمنتـديات والمـدونات التـي لاقـت إقبـالا هـائلا في الفـترة السابقة أعادت صياغة العلاقة بين الأنظمـة المختلفـة في المجتمـع ، كـما أنهـا أضافت أبعادا جديدة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد داخل النظام ، كما أنهـا استخدمت لحشد الجماهير المتفرقة جغرافيا وعقائديا للضغط عـلى الأنظمـة السياسـية للمطالبـة بمزيـد مـن الحقـوق والتعبـير بحريـة كاملـة عـن الآراء والمعتقدات .

خامسا : أن مشروع سكند لايف أو الحياة الثانية هو أشهر المجتمعـات

الافتراضية الكاملة على شبكة الويب التي تقوم على محاكاة العالم الحقيقي ، وأنه مشروع ثلاثي الأبعاد يمارس فيه سكانه الحياة بكافة تفاصيلها ، وأنه ينمو بخطوات متسارعة حيث يستخدمه ما يقرب من 15 مليونا حول العالم في العام 2009م .

سادسا : أن المجتمعات الافتراضية التي تحاكي الواقع الحقيقي تثير عددا من التساؤلات حول تلبية حاجات الإنسان الاجتماعية والثقافية ، وهل تصيبه بالعزلة الاجتماعية من خلال الاستغراق في عملية الاتصال ؟ أم أنها تعمل على كسر حواجز هذه العزلة من خلال التفاعل الافتراضي المتمثل في المحادثة والسفر والانتقال وممارسة كافة أنماط السلوك الإنساني في العالم الواقعي ونقله إلى العوالم الافتراضية .

سابعا : أن المجتمعات العربية والإسلامية تحتاج إلى مزيد من الوجود الفاعل في هذه المجتمعات لتوظف الإمكانيات المتاحة لديها لخدمة قضاياها وأهدافها بما يتسق مع القيم والمعتقدات السائدة في هذه المجتمعات ، بالرغم من التمثيل النسبي لبعض المؤسسات والمواقع الإعلامية مثل موقع إسلام أون لاين الذي قام بإنشاء جزيرة باسمه في الحياة الثانية (سكند لايف) وقدم عددا من الأنشطة الهامة .

ثامنا :لا يزال الجدل بين الباحثين حول موقف المجتمعات الافتراضية على شبكة الويب من نظرية تدعيم الصمت ، أو تحدي الصمت ، وهو ما يستلزم إجراء البحوث والدراسات المعتمدة على المدخل الاجتماعي لبحث تأثيرات تلك المجتمعات السلبية والإيجابية على العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع وطوائفه .

رابعا : دراسات ركزت على إشكاليات الإعلام الجديد :

ومنها دراسة د. عبد المحسن بدوي بعنوان مشكلات الإعلام الجديد1 والتي أشار فيها إلى أن مصطلح الإعلام الجديد يعد تطورا وامتدادا لمفهوم الإعلام التقليدي ، وهو نتاج مادي للتقدم المذهل والسريع في مجال الوسائط المتعددة وتقنية المعلومات ، وأكد على أن هذه التكنولوجيا في مجال الإعلام والاتصال أفرزت مردودات سلبية أضرت بالقيم الأخلاقية للمجتمعات ، كما أدت عولمة الاتصال والإعلام الجديد والانفتاح الذي نعيشه إلى اختراق الحواجز بين الشعوب وشكلت عائقا أمام مبدأ الخصوصية 2، وأشار في دراسته إلى جرائم المعلوماتية والإنترنت الناتجة عن استخدام المعلوماتية والتقنية الحديثة التي تعد من أشهر أساليبها استخدام المحطات الطرفية أو استخدام كلمة المرور للوصول إلى المعلومات والبيانات ، واستخدام أجهزة التنصت ، والحصول على مخرجات النظام بشكل غير قانوني ، والدخول غير الشرعي للمكتبات الإلكترونية ، فضلا عن مشكلات متعلقة بحقوق الملكية الفكرية التي تنتهك كثيرا على شبكة الإنترنت .

بينما أكدت دراسة عبد الله الحيدري عن الإعلام الجديد: النظام والفوضى 3 ، على أن مفهوم الفوضى في الإعلام الجديد يقصد به تلك السلوكيات العشوائية غير القابلة للقياس الدقيق والتي لا يمكن احتواؤها بفعل تعديل يحدث داخل النظام ، فالبيئة الجديدة المسماة اليوم بالإعلام

---

[1]د. عبد المحسن بدوي ، مشكلات الإعلام الجديد ، مصدر سابق ، ص 98 .

[2]المرجع السابق ، ص 99

[3]د. عبد الله الحيدري ، الإعلام الجديد : النظام والفوضى ، مصدر سابق .

الجديد مهيأة لحدوث الفوضى لاعتبارها نظاما ديناميا معقدا تحدث داخلها سلوكيات غير منتظمة وغير مستقرة ، بل إن عناصرها المادية والرمزية مولدة لمثل هذه السلوكيات ، فالفوضى حينئذ تظل خاصية من خصائص هذه البيئة الحتمية اللاخطية التي أصبح من العسير التحكم في ديناميكيتها والتنبؤ بحالاتها المستقبلية 1.

بينما خلصت دراسة د. يوسف بن رمضان عن الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة 2 إلى أن التوصيف الأكثر دقة لمجتمع الاتصال والمعرفة في المجتمع الراهن يدور حول المفارقات ، الفوضى الجماعية ، القلق ، والاضطراب ، ومن هنا فإن الاقتصاديات والبنى التحتية التكنولوجية وطرق إدارة المجتمعات وتسييرها والسياسات الثقافية والميدياتيكية والتربوية والقوانين ذاتها لكافة أمم الأرض تقريبا تتأثر بهذا النمط المجتمعي الجديد ، وترى نفسها مكرهة أو مرغمة على التأقلم مع الواقع الجديد ، وذلك باعتماد حلول سريعة ، لمشكلاتهم العاجلة والمعقدة ، والتي غالبا ما لا يتم التفكير فيها مليا ، وأشار إلى أن البشرية الآن تبدو منساقة ومنجذبة أكثر فأكثر من قبل قوى الشر ، وأن الإنسانية في حاجة إلى الحوار وإلى الانخراط في مناقشات معمقة في مسائل كبرى تتعلق باللحظة الراهنة لنتمكن من الرجوع ثانية إلى منابع التراث الثقافي عبر مختلف أزمنته وفضاءاته الجغرافية الثقافية .

بينما أشارت الدكتورة فؤادة البكري في دراستها عن الهوية الثقافية

---

[1]المصدر السابق ، ص 133

[2]د. يوسف بن رمضان ، الاتصال الجديد ، والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة مصدر سابق .

العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد1 إلى أن ثورة الاتصال ظاهرة اجتماعية متعددة الأبعاد ، التكنولوجية ، الاقتصادية ، العلمية ، النفسية ، السياسية ، وهي نسبية بطبيعتها ، وترتبط أشد الارتباط بتطور كل مجتمع ، فما قد يعتبر حديثا في مجتمع قد يعتبر تقليديا في مجتمع آخر ، وذكرت الدراسة أن لثورة الاتصال على الهوية الثقافية العربية جانبان :

أحدهما إيجابي ، إذ أصبح العالم قرية صغيرة تتلقى أخبارها وثقافتها ومعلوماتها من خلال القنوات والمواقع التي أسهمت في تنمية الوعي الثقافي ونقل المعارف والحضارات بين الشعوب ، وخلقت هذه القنوات والمواقع فرصا مهمة لمعرفة الحقائق وأطلعتهم على عوالم لم يكن من الممكن الإطلاع عليها لولا هذا الإعلام الجديد وهذه الثورة التكنولوجية المعاصرة .

والآخر سلبي يتمثل في أن ثورة الاتصال وما أنتجته من إعلام وتكنولوجيا حديثة ومتقدمة أوجدت الكثير من النتائج لعل أبرزها قضية عدم التوازن في التدفق الإعلامي ، كما أن البعض يرى أن التكنولوجيا الحديثة تنطوي على طمس الهوية الثقافية من خلال تمكين الشركات متعددة الجنسيات من العمل في كل الأقطار وسيولة الأفكار والأيديولوجيات ، كما أشارت الدراسة إلى أن من أبرز سلبيات الإعلام الجديد قضية خلق التوترات الاجتماعية ، وشعور الأفراد بالغربة واللامبالاة.

في حين شخصت دراسة د. محمد القضاة عن الثقافة كمتغير في

[1] د. فؤادة البكري ، الهوية الثقافية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م) ص ص 369-390

الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد 1 الأزمة التي تواجهها الثقافة في ظل الإعلام الجديد ، وتتمثل في موقف المثقف من طغيان التكنولوجيا الحديثة السريعة التغير ، واغتراب الإنسان في عصر الآلة التي تحول البشر إلى بضاعة وأشياء لا قيمة لها ، وتمسخ أرواحهم مثلما حدث في أوربا في مطلع هذا القرن ، وأن سر نجاح المجتمع هو ثقافة الإنتاج التي تحرك عجلة الحياة ، غير أن أسلوب الحياة القائم على الاستهلاك والاستحواذ والمنفعة الفردية مع غياب المصلحة العامة وإرادة العمل الحر المنتج يولد اللامسئولية وثقافة الفقر والتهميش والعطش وكثير من الأزمات الطاحنة ولذلك لابد من التغيير ، تغيير الأفكار الاستهلاكية إلى أفكار إنتاجية وعملية .

---

[1] د. محمد القضاة ، الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م) ص ص 449-472

الفصل الثالث

المداخل النظرية الملائمة

لدراسات الإعلام الجديد

تثار إشكالية كبيرة حول النظريات العلمية الملائمة لدراسة الإعلام الجديد وتطبيقاته وخصائصه ، وهل النظريات الكلاسيكية التي وضعت لفهم سياقات الإعلام التقليدي (الصحافة – الإذاعة – التليفزيون) صالحة لدراسة ظاهرة الإعلام الجديد ، أم أنها بحاجة إلى نظريات علمية جديدة تتواءم وطبيعة الوسيلة التي تختلف في كثير من تفاصيلها عن الاتصال الجماهيري .

ومن خلال تتبع عدد من الدراسات العلمية التي تناولت ظاهرة الإعلام الجديد ، أمكن تصنيف دراسات الإعلام الجديد وفقا للنظريات العلمية المستخدمة فيها إلى :

أولا : دراسات لم تشر من قريب أو بعيد – ولم تستخدم - نظرية إعلامية، واكتفت بخلفية نظرية وأكاديمية عن موضوع الدراسة ، ويمكن تصنيف غالبية الدراسات تحت هذا النوع ، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة الإعلام الجديد ، حيث لم تستقر مفاهيم كثيرة في هذا المجال ، فضلا عن وجود نظريات ملائمة ، إذا أخذنا في الاعتبار المراحل الزمنية التي تمر بها ظهور النظرية العلمية ، حتى تستقر مسلماتها ، ويتم التحقق من فروضها البحثية من خلال العديد من الدراسات .

ومن الدراسات العلمية في مجال الإعلام الجديد ما اكتفت بإيراد بعض محاولات التنظير للإعلام الجديد ، وعرضت لبعض النماذج ، مثل النموذج الاتصالي الجديد لدى كروسبي ، ونيكولاس نيجروبونتي ، كما

فعلت دراسة عباس صادق 1.

ثانيا : دراسات علمية في مجال الإعلام الجديد استخدمت بعض النظريات العلمية في إطار معالجتها لمشكلة الدراسة ، وبعد الاطلاع على ما توفر للباحث منها أمكن تقسيمها أيضا إلى نوعين :

(1)دراسات استخدمت نظريات إعلامية قديمة ، تم استخدامها والتثبت من فرضياتها من قبل مع ظواهر إعلامية مرتبطة بالإعلام التقليدي ، مع تطويع وتكييف فرضيات النظرية لموضوع الدراسة ، بما يتناسب مع تطبيقات الإعلام الجديد وسماته وإمكانياته التفاعلية ومنها الدراسة التي قام بها الباحث عن (استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت ، 2009) 2 ، والتي اعتمد فيها على نظرية الاستخدامات والإشباعات ، حيث ركز على أحد المحددات الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات ، وهو مدخل الجمهور النشط ، والذي تتلخص أبعاده في المشاركة ، ومقاومة التأثيرات غير المرغوبة ، والعمدية في الاستخدام ، وتحقيق المنفعة ، والانتقائية .

وفي دراسة أخرى عن الخطاب الإسلامي في المدونات على شبكة

[1]د. عباس مصطفى صادق ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد ، مصدر سابق، ص 29

[2]د. رضا عبد الواجد أمين ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت ، مصدر سابق .

الإنترنت (2006م) 1 استخدم الباحث نموذج نشر وتبني الأنماط المستحدثة باعتبار المدونات تطبيقا إعلاميا مستحدثا ، وأشارت الدراسة إلى أن تعريف الفكرة المستحدثة بأنها : أية أفكار أو سلوك أو شيئ جديد نظرا لاختلافه – كيفيا ونوعيا – عن الأفكار أوالسلوك أو الأشياء الموجودة بالفعل ، ومن هذا المنطق فإن الفكرة المستحدثة هي فكرة أو ممارسة أو موضوع يدركه الفرد باعتباره جديدا ، وتبني هذه الفكرة هو أحد مظاهر أسلوب الحياة المتغير ، وهذا التبني هو في معظم الأحوال تغيير سلوكي أكثر مما هو تغيير اتجاهي أو إدراكي ، كما أن تبني الأفكار المستحدثة هو الاختبار الحقيقي لمعرفة ما إذا كان الفرد يقبل أسلوبا للحياة أكثر تعقيدا ومتقدما تكنولوجيا وسريع التغيير أو لا يقبله .

وبرر الباحث استخدام هذا المدخل النظري بأن المدونات شكل مستحدث من أشكال الاتصال والتواصل الإعلامي ، حيث ظهرت في عام 1999م ، ويرى البعض أنها ظهرت في عام 1996 2وانتشرت في السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين ، وبالتالي فإن الدراسة تتخذ من نموذج انتشار الأفكار المستحدثة مدخلا نظريا للدراسة باعتبار المدونات شكلا مستحدثا من أشكال الاتصال الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت له ميزاته النسبية ، وله دور في خلق بيئة إعلامية جديدة تتغير ملامح عناصر العملية الاتصالية بها .

ولكن إجمالا فإن غالبية الدراسات التي تناولت موضوعات ذات صلة

---

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ، الخطاب الإسلامي في المدونات على شبكة الإنترنت ، دراسة تحليلية ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، (أكتوبر 2006).

[2] http://www.ndp.org.eg/ar/News/ViewNewsDetails.aspx?NewsID=1234
تاريخ الزيارة 3-9-2012م

بالإعلام الجديد ، لم تحدد مدخلا نظريا أو نظرية علمية إعلامية في تناول المشكلة البحثية في الدراسة ، وربما يعود ذلك إلى أن غالبية الدراسات – التي اطلع عليها الباحث – تنتمي إلى البحوث العلمية التي ألقيت في مؤتمرات علمية ، وربما تنقصها ضبط بعض الإجراءات المنهجية .

(2)دراسات قامت باستخدام نظريات علمية حديثة نسبيا ، تتناسب وطبيعة مرحلة الاتصال الشبكي ، وسماته المختلفة عن الإعلام التقليدي ، ومنها دراسة للباحث قام بتوظيف نموذج التفاعلية التامة التي يتم فيها تبادل الأدوار بين كل من المرسل والمستقبل وفقا لنموذج رفائيلي ، الذي تحدث بإسهاب عن مستويات التفاعلية في الإعلام الشبكي 1 .

ومن الدراسات التي اهتمت بإيراد المداخل النظرية الحديثة الملائمة لدراسات الإعلام الجديد ، دراسة د. عباس مصطفى صادق بعنوان : الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة 2 حيث استعرض عددا من النماذج التي أعدها بعض الباحثين لفهم ظاهرة الإعلام الجديد ، حيث أورد مدخل نيجروبونتي لفهم الإعلام الجديد ، والذي حصر الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في استبدال الوحدات الرقمية بالمادية ، أو البتات بدل الذرات كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم

---

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ،الخطاب الإسلامي في المدونات على شبكة الإنترنت ، دراسة تحليلية ، مرجع سابق ص 519-520

[2] د عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة ، منشور على شبكة الإنترنت في الرابط التالي :
http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/ متاح في 3-6-2014م

توصـيلها في شـكل إلكـتروني ولـيس في شـكل فيزيـائي ، والكلـمات والصـور والأصوات والبرامج والعديد من الخـدمات يـتم توزيعهـا بنـاء عـلى الطريقـة الجديدة بدلا عن توزيعها عبر الورق أو داخـل صـناديق مغلقـة ، واعتـبر أن الميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعـلام خـرج مـن أسر السـلطة التـي كانـت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة والكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا 1.

وقد ركز هذا المدخل على جانبين :

الجانــب الأول : الشــق التكنولــوجي المتعلــق بــالتحول في المشــهد الإعلامي، ليحتل الوسيط الشبكي الجزء الأكـبر مـن ملامـح البيئـة الاتصـالية الجديدة .

الجانب الثاني : الشـق الشـعبوي المتعلـق بتحـول مركـز الإعـلام مـن السلطة أيا كان مسماها إلى الجماهير القادرة على إنتـاج وتوزيـع المضـامين الإعلامية بسهولة ويسر .

ثم عرض الباحث للنموذج الاتصالي لدى كروسبي ، والذي قسـمه إلى ثلاثة نماذج فرعية : الأول نموذج الاتصال الشخصي ، والثاني نمـوذج الاتصـال الجمعي أو الجماهيري ، والنموذج الثالث : الإعلام الجديد ، وبـين أن أهـم ما يميزه أن الرسائل الفرديـة يمكـن أن تصـل في وقـت واحـد إلى عـدد غـير محدود من البشر ، وأن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة .

---

[1] المصدر السابق ، ص 9

وأشـار كروسـبي إلى أن الإعـلام الجديـد يتميـز عـن نمـوذج الاتصـال الشخصي والجماهيري بدون أن يحمل الصفات السـالبة فـيهما ، وقـال إننـا حـين نـزور موقعـا صـحفيا عـلى شـبكة الإنترنـت فإننـا لا نـرى الأخبـار والموضوعات الرئيسية فيه فقط ، ولكننا نـرى أجـزاء مـن الموقـع مخصصـة لتلبية الاحتياجات الفردية الخاصة بالزائر ، وهذا الأمر لا يلبي الزائر وحده ، وإنما عملية التخصيص هذه تتم لملايين الزوار في وقت واحد ، وهـو الأمـر الـذي لا يمكـن أن يتحقـق في ظـروف نظـم الاتصـال السـابقة ، أمـا القـوة الصاعدة للإعلام الجديد فهي تتمثل في كونه سيحفز ويشيع آليات جديـدة كليا للإنتـاج والتوزيـع سـتخلق مفـاهيما جديـدة تمامـا للأشـكال الإعلاميـة ومحتوياتها1 .

كما أشار إلى مدخل ديفيس ووايـن الـذي قسـم الإعـلام الجديـد إلى ثلاثة أقسام رئيسية :

أولا : الإعلام الجديـد بتكنولوجيـا قديمـة مثـل الأشـكال الصـحفية في الإذاعة والتليفزيون كبرامج التوك شو .

ثانيا : الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة وتمثل جميع الوسـائل التـي تعمل عـلى منصـة الكمبيـوتر وشـبكة الإنترنـت ، وتتصـف هـذه الوسـائل بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصـادر لا حـد لهـا ، ومجالا واسعا من الأشكال والتطبيقات الاتصالية.

[1] Vin Crosbie, 1998 What is New Media ?
www.digitaldeliverance.com/philosophy/definition,html>Accessed Apr 2012

ثالثا : الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة ، حيث تزول الفوارق بين الإعلام الجديد والقديم ، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية ، وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد ، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة ، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا .1

وعرض الباحث فيدلر لمدخل فيدلر لفهم الإعلام الجديد ، الذي يرى أن عملية تغير جذري تتم لوسائل الإعلام القائمة ، حيث التحول الكامل الذي يجري لوسائل الاتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية والضغوط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية .

وحدد فيدلر ستة مباديء أساسية لعملية التغيير الجذري ، وهي :

1- تعايش وتطور مشترك للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة .
2- تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.
3- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض .
4- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة .

---

[1] د . عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة ، مصدر سابق ، ص ص 12-13

5- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهـزة الإعـلام الجديدة.

6- حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبنـي الواسـع لأجهـزة الإعـلام الجديدة .

ويعتبر فيـدلر أن أهـم ثـلاث أدوات تغيـير جـذري في مراحـل تطـور الاتصال الإنساني :

اللغة المنطوقة ، واللغة المكتوبة ، واللغة الرقميـة، فاللغـة المنطوقـة أدت إلى تكوين المجموعات البشرية ، وإلى تطور المهارات والقـدرات التـي تحل المشكلات المعقدة ، وتطوير الأشكال المذاعة مثل رواية القصص وأداء الطقوس الصوتية والتي قسـمت المجتمـع إلى مـؤدين ، وحـراس بوابـات ، ومستمعين ، ثم كانـت اللغـة المكتوبـة فاتحـة لتطـوير الوثـائق المنقولـة ، والطباعة الآلية ، والإعـلام الجماهـيري ، أمـا اللغـة الرقميـة – عـلى خـلاف المنطوق والمكتوب فقد مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والإنسان1 .

ومن النظريات العلمية والمداخل النظرية التي استخدمت في دراسات الإعلام الجديد مدخل الحالة الانتقالية للإعلام ، ويعد المدخل مبادرة لمعهد ماسوشـيتيس الأمـريكي بـدأت في 1999م ، وأصـدر عنـه كتابـا في 2003م ، ويركـز في نصـه عـلى بنـاء فكـرة الجـدة في الإعـلام في سـياقاتها التاريخيـة،

[1] المصدر السابق ، ص 20

ويقول إن لحظات الانتقال من أجهزة ونظام سابق إلى إعلام جديد لم تعرف إلى الآن بشكل كامل ، ويقدم تماذج لأدوات مألوفة مثل الهاتف والفونوغراف كبدايات جديدة غير مسبوقة كمشروع عودة لتعميق فهمنا التاريخي لكل أجهزة الإعلام التي أحدثت انقلابا في تاريخ عيش الإنسان1.

ملاحظات على المداخل النظرية المستخدمة في دراسات الإعلام الجديد:

ويلاحظ على هذه الدراسات التي أوردت النظريات والمداخل النظرية السابقة أنها لم توظفها في الدراسة أو أنها اكتفت بإيرادها في الدراسة التي قامت على سرد أبرز النظريات العلمية التي تناولت ظاهرة الإعلام الجديد .

وبعد إلقاء نظرة نقدية على محاولات تحديد مفهوم الإعلام الجديد،لدى باحثي علوم الإعلام والاتصال ، والتعرف على الإجراءات المنهجية التي اتبعتها الدراسات الإعلامية في حقل الإعلام الجديد ، ومحاولة التعرف على المداخل النظرية المعرفية لدراسات الإعلام الجديد .

ومن الاستعراض السابق لهذه الدراسات يمكننا الخروج بعدد من النتائج العامة ، وهي :

[1]المصدر نفسه ، ص 20

أولا : واجهت الدراسات إشكالية هامة ، وهي صعوبة الاتفاق على تحديد مصطلح (الإعلام الجديد) وتحريره علميا بما يجعله واضح المعالم من خلال الصياغات اللغوية القادرة على إيجاد صيغة موحدة لمدلول المسمى ، بل إن بعض الباحثين تحفظ على مصطلحات تستخدم في مجال الإعلام الجديد ، كالإعلام البديل ، أو الإعلام الشعبي ، وإعلام المجتمع ، وإعلام المواطن ، وإعلام المصدر المفتوح ، وهو ما علله الباحث بالحالة الديناميكية للإعلام الجديد ، التي تختلف تبعا لتطور تطبيقاته وآلياته المتلاحقة ، حيث تبنى التعريفات - في إحدى صورها – على تقديم السمات العامة أو الخصائص للمعرف ، وهو هنا الإعلام الجديد .

ثانيا : هناك خلط بين الإعلام الجديد كمفهوم ارتبط ظهوره ببعض تطبيقات الإنترنت ، وبين الواقع الجديد للإعلام وبيئته التي تتشكل ملامحها في عدد من السمات ، في حين تحفظ البعض على تسمية (الإعلام الجديد) باعتبار أن الجدة نسبية ، وبعض الباحثين اشار إلى أن الإعلام الجديد بدأ حينما اخترع صمويل موريس التلغراف !

ثالثا : يرصد الباحث قضية تأخر التنظير الأكاديمي عن الممارسة المهنية في مجال دراسات الإعلام الجديد بشكل كبير ، وخاصة في البيئة الاتصالية العربية ، ففي حين قطع استخدام مواقع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي شوطا كبيرا إلا أن الدراسات في هذا المجال لا تواكب التطورات المتلاحقة ، ولا ترصد التغيرات الهائلة في بنية الإعلام الجديد .

رابعا : تواجه الباحثين إشكالية كبرى تتعلق بمدى ملاءمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التى تم استخدامها لدراسة عناصر

العملية الإعلامية المبنية على وسائل الإعلام التقليدية ، حيث قامت بعض الدراسات باستخدام بعض هذه النماذج والنظريات لتفسير السلوك الاتصالي في بيئة الإعلام الجديد بعد تطويعها للحالة البحثية ، إلا أن واقع الأمر يشير إلى أن كثيرا من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ، وتآكل النموذج الخطي القديم للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد .

خامسا : إن غالبية الاجتهادات النظرية التي قدمت لتفسير وفهم الحالة الإعلامية الجديدة أتت من المفكرين غير العرب ، حيث أن الإسهام العربي في مجال التنظير يعد محدودا في مجال الإعلام بشكل عام ، وفي مجالات الإعلام الجديد على وجه الخصوص .

سادسا : إن الأطروحات النظرية التي قدمت لفهم طبيعة الإعلام الجديد لم يكن مصدرها أساتذة الإعلام والاتصال بالأساس بقدر ما صدرت عن خبراء وأساتذة ومهتمين بالشق التكنولوجي المتعلق بتقنية المعلومات ، وهندسة الشبكات وتطويرها .

سابعا :التأكيد على أن المؤسسات الإعلامية العملاقة الآن ليست هي مؤسسات الإعلام التقليدية ، ولكن تحولا كبيرا قد حدث في عمل شركات الاتصالات الكبري إلى ميدان الإعلام الرقمي ، وتحولت هذه الشركات مع شركات الاتصالات كالهواتف إلى مستقطب كبير للاستثمارات الفلكية في مجال الإعلام .

الفصل الرابع

الإعلام الجديد والإعلام التقليدي

تكامل أم تضاد ؟

بداية يمكن التفريق بين عدة أنواع من الإعلام الجديد ، بحسب طبيعة اسخدام الجمهور لها إلى ما يلي :

أولا : المواقع والتطبيقات التي تعتمد على التواصل مع الأصدقاء وتبادل ومشاركة النصوص والتعليقات والرسوم ، وهي ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي ، مثل الفيس بوك وتويتر وإنستجرام ، ولينكدإن ، وجوجل بلس ، وغيرها من التطبيقات التي يتميز كل منها عن الآخر ببعض المميزات.

ثانيا : المواقع التي تقوم على إرفاق الفيديوهات والملفات المصورة ، مثل اليوتيوب

ثالثا : تطبيقات التواصل اللاسلكي مثل الواتس أب ، ولاين ،وغيرهما من التطبيقات التي تتزايد يوما بعد يوم .

وكل هذه الأنواع السابقة غيرت طريقة تعاطي الجماهير أو المستخدمين مع وسائل الإعلام التقليدية ، فالصحافة الورقية على سبيل المثال تخبرنا ما الذي حدث بالأمس ، ولكن الواقع الإعلامي الجديد يخبرنا أنه لا صبر للمستهلك إلى الغد حتى يعلم ما حدث بالأمس ، بل تأتيه الأخبار لحظة وقوعها صوتا وصورة ، عبر الحسابات المختلفة للمؤسسات الإعلامية والشبكات الأهلية ، وبعض الأشخاص الذين تهيئ لهم ظروف قربهم من موقع الحدث إحاطة متابعيهم وأصدقائهم بأحدث الأخبار .

وقبل التعرف على خصائص الإعلام الجديد ، يمكننا استعراض البيئة الاتصالية التي سبقت ذلك النمط من الإعلام ، وسماتها الرئيسية .

ملامح البيئة الاتصالية التي ظهر فيها الإعلام الجديد :

إن قدرتنا على نقل الرسائل المقروءة والمسموعة والمرئية مع تجاوز حدود الزمان والمكان إلى ملايين البشر في نفس الوقت ، أصبحت أمرا مألوفا لا يثير انتباه الكثيرين ، ومع ذلك فعندما نطالع الصحيفة ، أو نستمع إلى الراديو ، أو نشاهد التليفزيون أو الفيديو ، أو نتصل بقواعد البيانات للحصول على أحدث المعلومات المتخصصة ومتابعة الأحداث الجارية ، فإن ذلك يمثل تغييرا هائلا في سلوك الاتصال الإنساني ، مقارنة بما كان سائدا في العصور القديمة 1.

ووفقا لنظرية الانتقالاتTheory of Transitionsيمكن تقسيم المراحل المائزة لتطور الاتصال الإنساني في عدة مراحل ، وأغلب الباحثين يقسمها إلى مراحل خمس تبدأ بمرحلة عصر الإشارات والعلامات .

وتفترض هذه المرحلة كما زعم بعض منظري الغرب والباحثين في مجال الإعلام أن الإنسان في هذه المرحلة كان إنسانا بدائيا مارس الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات التي كان قادرا من الناحية الجسمية والطبيعية على إصدارها مثل الزمجرة والهمهمة والدمدمة والصراخ بالإضافة إلى لغة الجسد ، والتي كانت تشتمل الإشارة بالأيدي والأرجل وحركات أخرى أكبر ، وبعد ذلك تطورت هذه القدرات عبر مراحل زمنية

[1] د. حسن عماد مكاوي ، د ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ط 2 ، 2001) ص 89

إلى الأفضل في اتجاه أنماط معقدة وأكثر فعالية ودقة للاتصال على أساس قواعد مشتركة لتفسيرها وفهمها.1، والغريب أن كثيرا من الباحثين العرب نقل عنهم هذه المقولات اعتقادا بصحتها ، أو دون التعليق عليها ، بالرغم من ثبوت عكس ذلك ، حيث ثبت في القرآن الكريم أن الله تعالى علم أول البشر آدم عليه السلام الأسماء كلها كما في قوله تعالى :

(وَعَلَّمَ آدَمَ الأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلاء إِنْ كُنتُمْ صَادِقِينَ ، قَالُوا سُبْحَانَكَ لا عِلْمَ لَنَا إِلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ، قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِوَالأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنتُمْ تَكْتُمُونَ) 2

كما ثبت عن آدم عليه السلام هو وأمنا حواء أنهما حين أكلا من الشجرة، نص الله تعالى على أنهما قالا استغفارا :

(قَالا رَبَّنَا ظَلَمْنَا أَنفُسَنَا وَإِنْ لَمْ تَغْفِرْ لَنَا وَتَرْحَمْنَا لَنَكُونَنَّ مِنْ الْخَاسِرِينَ)3

وفي هذا كلام مفصل ليس المجال إيراده في كتاب عن ظاهرة الإعلام الجديد ، لكن الخلاصة هنا أننا لا نعترف بوجود مرحلة كان الإنسان فيها يتعامل كما تتعامل كثير من الحيوانات الأخرى ، أصوات وهمهمات وزمجرة

---

[1] د . المرجع السابق نفسه ، ص 92

[2] سورة البقرة : الآيات 31-33

[3] سورة الأعراف ، الآرة رقم 23

وصراخ ، لأنه يتنافي مع صريح اللفظ القرآني الذي يثبت وجود كلام ضمن لغة تعامل بها الإنسان الأول مع الأحداث التي مرت بتاريخه ، حتى أولاد النبي آدم الذي قتل أحدهما الآخر ، حكى الله حوارا دار بينهما ، وأثبته في القرآن الكريم الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه تنزيل من حكيم حميد ، حيث قال تعالى :

(وَاتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَاناً فَتُقُبِّلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَلَمْ يُتَقَبَّلْ مِنْ الآخَرِ قَالَ لأَقْتُلَنَّكَ قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنْ الْمُتَّقِينَ (27) لَئِنْ بَسَطتَ إِلَيَّ يَدَكَ لِتَقْتُلَنِي مَا أَنَا بِبَاسِطٍ يَدِي إِلَيْكَ لأَقْتُلَكَ إِنِّي أَخَافُ اللَّهَ رَبَّ الْعَالَمِينَ (28) إِنِّي أُرِيدُ أَنْ تَبُوءَ بِإِثْمِي وَإِثْمِكَ فَتَكُونَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ وَذَلِكَ جَزَاءُ الظَّالِمِينَ (29) فَطَوَّعَتْ لَهُ نَفْسُهُ قَتْلَ أَخِيهِ فَقَتَلَهُ فَأَصْبَحَ مِنْ الْخَاسِرِينَ (30) فَبَعَثَ اللَّهُ غُرَاباً يَبْحَثُ فِي الأَرْضِ لِيُرِيَهُ كَيْفَ يُوَارِي سَوْأَةَ أَخِيهِ قَالَ يَا وَيْلَتَا أَعَجَزْتُ أَنْ أَكُونَ مِثْلَ هَذَا الْغُرَابِ فَأُوَارِيَ سَوْأَةَ أَخِي فَأَصْبَحَ مِنْ النَّادِمِينَ)[1]

لذا يرى الباحث أن مراحل التطور الاتصالي تنقسم إلى المراحل التالية:

المرحلة الأولى : عصر التخاطب واللغة :

وفيها عرف الإنسان التخاطب مستخدما اللغة في التواصل ، وكان الصيد هو النشاط الاقتصادي السائد في تلك المرحلة ، بالإضافة إلى بعض الحضارات التي أحدثها الإنسان في بعض المناطق فيما يعرف بحضارات ما قبل التاريخ ، وخاصة في منطقة الهلال الخصيب ، في العراق وبلاد الشام .

---

[1] سورة المائدة ، الآيات (27-31)

المرحلة الثانية : عصر الكتابة

ومثلت هذه المرحلة نقطة فاصلة في مسيرة التاريخ الإنساني ، حيث استطاع الإنسان عن طريق الكتابة تسجيل بعض أحداث تاريخه وأدبه وتطور حضارته ، وقد مرت الكتابة نفسها بمراحل متعددة مثل الكتابة التصويرية ، والكتابة على أساس النطق ، ووصولا إلى الكتابة الألفبائية التي تعتمد على الحروف الهجائية .

المرحلة الثالثة: عصر الطباعة :

ويرجع التأريخ لظهور الطباعة إلى عام 1436م أي في القرن الخامس عشر الميلادي ، حينما اخترع جوتنبرج الألماني مطبعته البدائية ، والتي فتحت آفاقا عدة في مجال التواصل الإنساني ، وشكلت علامة فارقة في تاريخ تطور البشرية بشكل عام .

المرحلة الرابعة : عصر الاتصال الجماهيري :

وبدأت هذه المرحلة مع ظهور وانتشار الصحافة كأولى وسيلة اتصال جماهيرية خاصة بعد الثورة الصناعية في أوربا ، وبعد ظهور عدة وسائل تساعد في التواصل الإنساني مثل التلغراف الذي اخترعه صمويل موريس 1837 م ، والتليفون الذي اخترعه جراهام بيل في 1876م ، والفونوغراف الذي اخترعه توماس أديسون في 1877م ، واللاسلكي (الراديو) الذي اخترعه ماركوني في 1896م ، وبعد ظهور التليفزيون كوسيلة اتصال جماهيري جذابة في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1941م ، وبدأت هذه الوسائل تؤثر في الاتجاهات والقيم تأثيرا شديدا .

المرحلة الخامسة : عصر الاتصال التفاعلي :

وهـو قمـة مـا توصـلت إليـه الحضـارة الإنسـانية في مجـال الاتصـال والتواصل ، وهي المرحلة التي تم اكتشاف الحواسب الآلية بها ، واستخدامها لتخزين واسترجاع المعلومات والمعارف الإنسانية ، وفي النصف الثاني من القرن العشرين بدأت الأبحـاث تتجـه نحـو اكتشـاف شـبكات للمعلومـات تسـمح بتـداولها بـيسر وسـهولة ، إلى أن توجـت باكتشـاف ال(وورلـد وايـد ويـب) World Wide Web- WWWفي بدايات العقد الأخير من القرن العشرين ، ومن ثم بدأت مرحلة جديدة مـن مرحلـة الثـورات التقنيـة الاتصـالية ، وتـم تطوير أجيال متعاقبة من شبكة الإنترنت ، إلى أن ظهرت كثير من المواقع التي تسمح لمستخدميها بإنشاء فضاء افتراضي خاص بهم ، يكتبون أو يدونون ، أو يرفقون من الصـور والرسـوم والأفـلام مـا يـرون أنـه مناسـبا لهـم ولمتـابعيهم وأصدقائهم ، بشكل يسمح للمتابعين والأصدقاء بدرجة كـبيرة مـن التفاعـل ، كإبداء الإعجاب ، أو التعليق ، أو المشاركة ، أو حتى إجراء حوارات مباشرة مع صاحب التدوينات أو الحساب الإلكتروني .

ويعتبر جزء كبير من محتوى الشبكة العنكبوتية العالمية مـما يـدخل في نطاق الإعلام الجديد ، وبعضها قفـز أعـداد مسـتخدميه لأرقـام قياسـية مثل موقع الفيس بوك الذي يناهز عدد مستخدميه المليار نسـمة ، بمعنـى أن واحدا من بين كل سـبعة أشـخاص حـول العـالم يسـتخدمون الموقـع في التفاعل والاطلاع على الأخبار والآراء والمعلومات التي تحتويها الموقع .

ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام هي جزء هام أيضا من الإعـلام الجديد الذي شغل الكثيرين ، استخداما ، ودراسة وبحثـا ، وتوظيفـا لأهـداف

سياسية ودعائية وتجارية ، لذا سنفرد لها مجالا للحديث عن واقعها وآفاقها ، إيجابياتها وسلبياتها .

سمات المشهد الإعلامي في مرحلة ما قبل الإعلام الجديد :

وإجمالا ، يمكن القول إن المشهد الاتصالي في مرحلة ما قبل ظهور الإعلام الجديد اتصف بعدد من السمات ، من أهمها :

1- أن الإعلام التقليدي (الذي يشير إلى وسائل الاتصال الجماهيرية القديمة ، كالصحافة ، والراديو ، والتليفزيون) يمثل خط الإنتاج الإعلامي الوحيد في مرحلة ما قبل الإعلام الجديد ، حيث ساد الاتصال أحادي الاتجاهOne Way Communication .

وبالرغم من أنه كانت هناك محاولات حثيثة لكسر حدة (الاتجاه الواحد) من قبل الميديا التقليدية ، مثل أبواب بريد القراء في الصحف ، والبرامج التليفزيونية والإذاعية التي تحاول إشراك أعداد محددة من المستمعين والمشاهدين للمشاركة في البرامج ، إلا أنها ظلت في الأعم الأغلب اتصالا أحاديا ، بداية من اختيار فكرة البرنامج أو المقال أو التحقيق وانتهاء بطريقة التعرض والانتقاء مكانا وزمانا .

2- ظهرت (أكليشيهات) العقل الجمعي نتيجة للخطاب السياسي والاقتصادي والاجتماعي السلطوي في مرحلة ما قبل الإعلام الجديد ، حيث ساد النمط الثاقي الواحد إلى حد كبير ، نظرا للتأثيرات التراكمية التي

تفعلها وسائل الإعلام الجماهيرية في الاتجاهات والسلوك والإدراكات المعرفية ، واستخدمت وسائل الإعلام في تلك المرحلة كأداة من أدوات مساندة النظام السياسي والاقتصادي والثقافي السائد ، ويكفى أن نشير – في سياق التدليل على أهمية وسائل الإعلام الجماهيرية لخدمة النظام السياسي ما ذكره ثالث رئيس للولايات المتحدة الأمريكية توماس جيفرسون الذي قال ذات مرة : (لو خيروني بين حكومة بلا صحافة أو صحافة بلا حكومة ، لاخترتها بلا حكومة)

3- سيادة النظرية السلطوية المحتكرة لوسائل التعبير في المجتمع :

وخاصة في الدول النامية التي تقوم الدولة فيها باحتكار قطاع الإعلام ملكية وإدارة ، وخاصة الإعلام المسموع والمرئي ، ولم تتحلحل هذه القبضة الحكومية على الإعلام إلا مع ثورة الأقمار الصناعية ، وانتشار القنوات الفضائية العابرة من خارج حدود الدولة ، حينها تآكلت سلطة الدولة في الرقابة على الفضاء الإعلامي فسمحت – على مضض في كثير من الأحيان – بإنشاء محطات إذاعية وتليفزيونية خاصة ، لكنها في النهاية لابد أن تدور في فلك النظام السياسي بشكل أو بآخر ، هذا المشهد الإعلامي صور الجماهير على أنها مستقبلة لا مرسلة ، ومستهلكة لا منتجة حتى كسر الإعلام الجديد كثيرا من مفردات الاحتكار السلطوي لآليات التعبير عن الرأي في المجتمعات.

الإعلام الجديد .. هل هو إعلام أم اتصال ؟

تتعدد خصائص الإعلام الجديد ، منها ما يشترك فيها مع كافة أوجه وأشكال الإعلام الأخرى ، ومنها ما يتميز بها عن ما عداه من صنوف الإعلام .

لكن الإشكالية التي ربما تطرح في هذا السياق ، والتي من المحتمل أنها لن تجد طريقا للحسم في القريب العاجل ، وهي : هل ما يدون في الفيس بوك أو تويتر أو غيرهما هو إعلام ؟

في لقاء لي مع وزيرة الإعلام البحرينية[1]، رفضت الوزيرة القول بأن ما يكتب في تويتر أو فيس بوك هو إعلام ، بعدما وجهت إليها سؤالا عن مدى اهتمام الوزارة بالإعلام الجديد وهل هناك قسم خاص في وزارة الإعلام للتواصل والمتابعة وربما بعض الإشراف على ما يدون في تطبيقات الإعلام الجديد ، وأشارت إلى أن ما يدون عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو اتصال وليس إعلاما .

والحقيقة إن هذا القول يحتاج إلى مزيد من التفكير وإعادة النظر ، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم بالأساس على نشر الأخبار والمعلومات والآراء ، وما الإعلام سوى ذلك ، وهي وإن كان بعض مضامينها غير ذي أهمية كبيرة ، وغير ذي تأثير كبير كما يفعل البعض عبر حساباتهم إلا أن

---

[1] حوار قام به الباحث مع الأستاذة سميرة إبراهيم بن رجب وزيرة الدولة لشئون الإعلام والمتحدث الرسمي باسم الحكومة البحرينية ، ونشر في مجلة جامعة المملكة الرسمية بالبحرين في العدد السادس (فبراير 2013 م) .

هذا الأمر لا ينفي أن هناك محتوى إعلاميا ذا قيمة بتلك المواقع ، بالإضافة إلى أن بعض محتوى الاتصال الجماهيري أيضا يتسم بأن تأثيره محدود ، أو ربما ليس له تأثير يذكر .

تأثيرات الإعلام الجديد :

والحاصل أن الإعلام الجديد له تأثيرات على كل من :

1- الأنظمة السياسية المختلفة ، حيث لعبت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام والفيس بوك بشكل خاص دورا كبيرا في إحداث التغيير السياسي في المنطقة العربية في دول ما عرف ب(الربيع العربي) ، وكانت تلك المواقع – مع غيرها من المتغيرات – سببا في إسقاط عروش ما كان يدور بخلد أحد أنها ستزول بهذ الطريقة .

2- للإعلام الجديد تأثيرات على النظام الإعلامي القائم في الدول ، حيث يمكن القول إن تلك المواقع سحبت البساط من تحت أقدام الوسائل الإعلامية التقليدية ، أو على الأقل فإنها تمثل منافسا شرسا لهذه الوسائل في مجال السرعة والآنية والتفاعل في تقديم الأخبار والمعلومات للجماهير.

3- للإعلام الجديد تأثيراته في مجال الثقافات ، والحوار بينها ، حيث أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاء سبرانيا يتيح لأتباع الثقافات المختلفة التواصل والالتقاء ، ومن ثم التأثير المتبادل ، ولها تأثيراتها على

منظومة القيم الثقافية السائدة في المجتمعات .

و نظرا لتأثيرات الإعلام الجديد في البيئة السياسية والثقافية والإعلامية والاجتماعية والاقتصادية ، فإننا نحاول فيما يلي رصد أهم سمات هذا النمط المستحدث من الإعلام .

خصائص الإعلام الجديد :

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص ، ومنها :

1- التفاعلية:

حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين[1].

وتعد هذه السمة من أهم السمات التي تميز شبكة الإنترنت بشكل عام ، وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الإنترنت ، كالتخاطب الفوري Chatting ، وخدمات البريد الإلكتروني ،والماسنجر ، حيث تمكن قارئ أو متصفح موقع ما من التحاور مع كاتبه ، أو إرسال رسالة

---

[1] فهد بن عبد الرحمن الشميري ، التربية الإعلامية ، كيف نتعامل مع الإعلام ، متاح على الرابط التالي
http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=119:2010-10-19-15-05-28&catid=40:2010-10-19-13-51-04&Itemid=77
تاريخ التصفح 3-5-2013 م

إليـه ، الأمـر الـذي يعطـي عـنصر رجـع الصـدى - أحـد عنـاصر العمليـة الاتصالية – سمة الفورية والمباشرة بالقيـاس إلى تـأخره في وسـائل الإعـلام الأخرى .

وتنقسم التفاعلية في الإنترنت إلى ثلاثة أشكال ، هي :

(أ) التفاعلية الإرشادية Navigational Interactivity وهـي التـي ترشد المستخـدم إلي (الصفحة التالية) أو (العودة إلي أعلى) ....وهكذا .

(ب) التفاعلية الوظيفية Functional Interactivity وهي تلك التي تتم عبر البريد المباشر والروابط Links أو تشـير إلى إمكانيـة المشـاركة مـع المستخدمين الآخرين .

(ج) التفاعليـة التكيفيـة Adaptec Interactivityوهـي تلـك التـي تقدم غـرف المحادثـة ، وتتـيح لموقـع الإنترنـت أن يكـــيف نفسـه لسـلوك المتصفحين الزائرين .1

وإذا كانت التفاعلية هي سمة رئيسة من سمات الإنترنت بشكل عام ، فإنهـا تمثـل جـوهر فكـرة مواقـع التواصـل الاجتماعـي والإعـلام الجديـد بتطبيقاته المتعددة ، حيث تمثل الحسابات الناجحة في فيس بـوك أو تـويتر أو إنسـتجرام عـلى سـبيل المثـال أكثرهـا تفـاعلا مـع الأصـدقاء والمتـابعين ، وأثراهـا نقاشـا وأكثرهـا تعليقـا ، فمنـاط نجاحهـا التفاعـل مـع الآخـرين ، إعجابـا وتعليقـا ، ومشـاركة ، واشـتراكا في مجموعـات ذات اهتمامـات متقاربةأو متشابهة .

---

[1] محمد عثمان العربي ، الإنترنـت : الاسـتخدامات والانتشـار في السـعودية ، بحـث مقـدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي : الواقع والطموح ، (مسقط :جامعة السلطان قـابوس ، 2002)ص 6

2- الجمع بين صفتي التزامنية واللاتزامنية

والتزامنية تعني أن الجمهور يتعرض للوسيلة الإعلامية وقت البث أو الإذاعة ، كما هو الحال في الراديو والتليفزيون بحيث أنه إن لم يشاهد المتلقي البرنامج في نفس توقيت عرضه فلن يتمكن من مشاهدته ، وهذا ما قامت الإنترنت بشكل عام ، والإعلام الجديد بشكل خاص من القضاء عليه نهائيا ، فأي مادة فيلمية أو برامجية يمكن إعادة مشاهدتها في موقع يوتيوب أو غيرها من المواقع في التوقيت الذي يتناسب مع المتلقي ، لا التوقيت الذي تقوم الوسيلة الإعلامية بفرضه على جماهيرها ، وهو نفسه مفهوم اللاتزامنية ، ويعني عدم ضرورة اتحاد العنصر الزمني لوقت التعرض ، كما هو الحال في الصحافة الورقية ، فهي وسيلة لا تزامنية .

ومن هنا يمكن القول بأن الإعلام الجديد يجمع بين خاصيتي التزامنية في حالات القيام بحوار مباشر مع الأصدقاء عبر الماسنجر مثلا (توفر بعض تطبيقات الإعلام الجديد آلية للتواصل المباشر مثل فيس بوك وتويتر وإنستجرام ، وبعضها يوفره صوتا وصورةكما هو الحال في ماسنجر فيس بوك) واللاتزامنية متوفرة في الإعلام الجديد حين لا يكون التواصل مع الأصدقاء لحظيا أو آنيا .

3- السرعة :

من أهم ما يميز الإعلام الجديد بالقياس إلى وسائل الإعلام التقليدية السرعة التي تتسم بها عملية التبادل الإعلامي بين كل من المرسل والمستقبل

الذين يتبادلان المواقع كما سبق إيراده في خاصية التفاعلية .

والسرعة بالنسبة ل (المرسل المستقبل) تعني أن التدوين أو إرفاق الصور والملفات المصورة الفيديوية لا تتطلب ظرفا زمنيا ممتدا ، كما هو الحال في الوسائل التقليدية ، بينما السرعة بالنسبة ل (المستقبل المرسل) تعني أن الوصول إلى الخبر أو الرأي أو المعلومة لا يتطلب انتظار خريطة العرض كما في التليفزيون ، ولا يتطلب انتظار يوم كامل لمعرفة ما يدور حولنا من أحداث كما هو الحال في الصحافة الورقية .

4- الحركة والمرونة :

وتشير تلك السمة إلى إمكانية الوصول إلى الموقع الإلكتروني بيسر وسهولة ، ويمكن اصطحاب الوسائل الجديدة مع كل من المرسل والمتلقي في كل مكان ، خاصة بعد انتشار الهواتف الذكية التي سهلت ما يلي :

(أ) الولوج إلى شبكة الإنترنت ، وتصفح مواقع الإعلام الجديد ، ومواقع التواصل الاجتماعي ، والتواصل عبر التطبيقات المختلفة مع الأصدقاء والمتابعين ، والتفاعل معهم في أي وقت وفي أي مكان .

(ب) المرونة واليسر في عملية إنتاج المضامين المقدمة إلى مواقع الإعلام الجديد ، سواء كانت نصوصا مكتوبة أو صورا ، أو ملفات فيديو ، خاصة مع انتشار جيل جديد من الهواتف والحواسب اللوحية التي تحتوي على كاميرا ذات جودة عالية ، فلم تعد عملية الإنتاج عملية معقدة كما في السابق مع

وسائل الإعلام التقليدية ، فبوسع أي فرد إنشاء قناته الخاصة على موقع يوتيوب على سبيل المثال ، وإرفاقها بخريطة البرامج التي يراها مناسبة من وجهة نظره التي أنتجها دون الحاجة إلى إنشاء استوديو ذي تكلفة ضخمة ، أو إنشاء مبنى ضخم يضم جيشا من المقدمين والمعدين والمصورين والمخرجين ، مع ضرورة التفريق بين جودة العمل الاحترافي من الناحية التقنية ، وجودة أعمال الهواة ذات القيمة المنخفضة غالبا ، على الأقل من الناحية التقنية .

5- استخدام الوسائط المتعددة :

الوسائط المتعددة أو الملتيميديا تعني تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الإنترنت من صوت ونص وصور ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد ، وليس بالضرورة أن تجتمع كل هذه التكنولوجيات في منتج واحد ، بل تختلف المواقع طبقا لاختلاف مستوى تطورها ، وبسبب هذه السمة تكتسب شبكة الإنترنت مميزات كل أنواع الاتصال ، فهي تكتسب ميزة الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص ، وتكتسب ميزة الاتصال الإذاعي بالراديو من خلال تقنية الصوت وتكتسب ميزة الاتصال التليفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة وغيرها 1.

فنجد على سبيل المثال بعض التطبيقات ومواقع الإعلام الجديد توظف وسيطا واحدا من الوسائط المتعددة ، أو تعطيه أهميتها القصوى ، مثل (إنستجرام) الذي يقوم على تبادل إرفاق الصور ، وبعضها الآخر يقوم على إرفاق ملفات الفيديو فقط مثل (يوتيوب) ، والبعض الآخر يجمع بين كل

---

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ، الصحافة الإلكترونية (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007) ص 73

من النصوص والصور وملفات الفيديو والمواد ثلاثية الأبعاد مثل فيس بوك وتويتر ، والبلاك بيري ، وبرنامج الواتس أب ، وغيرها من التطبيقات ، كما توظف كل المواقع النصوص ، إما بشكل رئيس ، أو لإضافة تعليق على المادة المصورة أو المتلفزة ، شرحا وتوضيحاً.

6- العالمية أو الكونية :

حيث أن أهم ما يميز الإعلام الجديد ، والإنترنت بشكل عام أنها استطاعت كسر الحواجز الجغرافية والسياسية ، حيث يصل أي مدونأو مستخدم بالمحتوى الذي يقوم بنشره إلى كل بقعة في العالم ، وهو ما ساهم في خلق حالة عالمية من الاهتمام المشترك ، فالفيديو الذي يظهر فيه الرئيس الأمريكي باراك أوباما وهو يقتل ذبابة في أثناء حوار تليفزيوني يقوم بمشاركته والتعليق عليه المستخدمون حول العالم ، وكذلك الصور أو الأفلام المتعلقة بالأحداث السياسية والاقتصادية والرياضية الهامة يتشارك في إرفاقها والإعجاب بها والتعليق عليها المستخدمون من كل الثقافات ، وهو ما يساهم في تشكيل ملامح القرية الصغيرة التي تنبأ بها عالم الاتصال الكندي الشهير مارشال ماكلوهان في القرن العشرين .

7- سهولة الحفظ والتخزين :

حيث يسهل على المتلقي تخرين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعهافي أي وقت ، من خلال الأرشيف الإلكتروني الخاص أو العام الذي يتاح للجميع مشاهدته والاطلاع عليه في أي وقت ، وقد كان الحفظ والتخزين في وسائل الإعلام التقليدية أمرا بالغ الصعوبة ، والملاحظ أن

غالبية تلك الوسائل بدأت تستغل شبكة الإنترنت لعمل أرشيف إلكتروني لمحتوياتها الصحفية أو الإذاعية أو التليفزيونية ، فبعض القنوات على سبيل المثال تعد أرشيفا بالمواد التي قدمتها أو أنتجتها عبر موقعها الإلكتروني ، وبعضها الآخر بادر إلى إنشاء قنوات خاصة بها أو ببعض برامجها على موقع يوتيوب أملا في الوصول إلى قاعدة جماهيرية أعرض ، واستفادة من الإمكانات الأرشيفية والتخزينية لشبكة الإنترنت ، وتبرز تلك الخاصية في مواقع المدونات حيث يوجد أرشيف إلكتروني للتدوينات مرتبة زمنيا من الحدث للأقدم ، وكذلك تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي على تسلسل ومني لتدوينات المستخدمين فيها .

8- سهولة التحديث :

فبينما تحتاج الصحيفة الورقية إلى يوم كامل لتحديث أو تصحيح بعض معلوماتها ، أو تحتاج إلى طبعة أخرى في أحسن الأحوال لتحديث بعض محتوياتها ، لا يحتاج هذا الأمر في الإعلام الجديد سوى بضع دقائق وربما ثوان لاستبدال مادة قديمة بمادة حديدة ، أو تحسينها والإضافة عليها بما يتوافق ومستجدات الأحداث .

9- انخفاض التكلفة :

حيث يمثل النفاذ إلى تطبيقات ومواقع الإعلام الجديد أمرا يسيرا من حيث التكلفة ، وعلى كل ؛ فإن انخفاض التكلفة في مجال الإعلام الجديد تتعلق بما يلي :

(أ) انخفاض تكلفة التصفح ، خاصة بعد انخفاض تكلفة الـدخول إلى شبكة الإنترنت في غالبية الدول ، وإتاحته مجانا في بعض الأماكن عبر تقنيـة (الواي فاي) ، وعبر الأجيال الحديثـة لشركـات الاتصـالات ، مثـل تقنيـة ال G4 .

(ب) انخفـاض تكلفـة إنتـاج المحتـوى في الإعـلام الجديـد ، فـالأمر لا يستلزم سوى هاتف نقال ، أو حاسب لـوحي ، أو جهـاز حاسـوب محمـول مزود ب (الويب كام) ، أو أي حاسوب لإنتاج النصـوص والصـور وملفـات الفيديو الجاهزة للإرفاق ، و إنشاء حساب أو قناة خاصة على بعض المواقع ، وليس كما كان في السابق لمن يرغب في إنشاء قناة تليفزيونية على سبيل المثال فإنه بحاجة إلى مبنى ضخم وعدد كبير من الموظفين والإعلاميين .

10- اتساع نطاق الحرية

فالإعلام الجديد – على عكس الإعلام التقليدي – لا يتقيد بالكثير من القيود ، فقد أتاحـت الإنترنـت للمسـتخدمين فضـاء حـرا يـدونون فيـه مـا يشاءون من الأفكار والآراء والمعتقدات ، وقد أتاحت تلك المواقع للأقليـات والمهمشين فرصا هائلة للتعريف بقضاياهم ، وإقناع الجماهير بعدالتها .

الإعلام الجديد .. هل هو إعلام بديل ؟

منـذ ظهـر الإعـلام الجديـد ، وبـدأت تطبيقاتـه المتعـددة تنـتشر بـين المستخدمين، بل وتحصد أعدادا مليونية من مستخدميها ، والجدل دائر حـول

حدود العلاقة الحالية والمستقبلية بين ما يمكن تسميته مجازا ب(الإعلام القديم) أو التقليدي ، وبين الإعلام الجديد ، كما هو نفس الجدل بين حدود العلاقة بين واقع ومستقبل كل من الصحافة المطبوعة والصحافة الكترونية أو صحافة الإنترنت.

ولا يمكن الوصول لإجابة قاطعة لهذا التساؤل ، وإنما هناك تجريد لحدود العلاقة بين كل من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ، وهناك أيضا سيناريوهات لحدود العلاقة بينهما تبعا لاختلاف المتغيرات والبيئة الاتصالية التي تحتضن ظاهرة الإعلام الجديد .

ويمكن تحديد الاعلام البديل "الاجتماعي" "كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتّصال". ويبدو أنّ الإعلام البديل وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدّم مكوناته المختلفة، ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا في ما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكلّ مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتّصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جوّ من التسامح والاحترام المتبادل"[1]

ويمكن أن تؤول هذه الآلية للإعلام البديل الفعلي الى مستويات عدّة[2] :

1- البحث عن التفاعلية الحقيقية، "مشاركة الجمهور في فعل

---

[1] د.نهوند القادري، "قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008م، ص231

[2] المصدر السابق نفسه، ص232ص233

الاتّصال".

2- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.

3- أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروقة.

4- يُعدّ متلقي الرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية، وليس متلقياً سلبياً.

5- لكلّ محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون معدة سلفاً من قبل المرسل.

ويبدو أن للإعلام البديل مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمّشين والمجموعات في علاقة اتصال في ما بينهم. وأيضاً رهاناً استراتيجياً، فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي، إذ إنه في احترام الحرية الشخصية لِكُلّ فرد، فهو لذلك يستهدف تفعيل تجارب الحوار مابين الثقافات والإثنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض .

ويسعى الإعلام البديل للتوصل الى حلول سياسية تسمح للشعوب بالتأكيد على تفردها الثقافي، وعلى الرغم من تنوع الآراء في استكشاف قدرته، فإن ما يطلق عليه ليدبيتر "التفاؤل المقاتل" مطلوب، لان الإبداع يشيع الأمل، ويقوم على التنوع والانفتاح، والاستقلال، والتقدم التراكمي لا الثوري، وليس امامنا الا الأمل في أن المجتمع لم يكتمل بعد، وأنه مازال يتطور ويتغير للأفضل، ومن هنا فان مضمون الإعلام البديل هو تجريب "سياسات الأمل1".

1 Leadbeater, C. (2002) Up the Down Escalator: why the Global Pessimists Are Wrong. Viking, London

ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني، فتعددية الفاعلين وحدها هي التي يمكن أن تختار تنمية ثقافية ديموقراطية وتقديم هويات عدة، وأفكاراً جديدة عن التقدم والتنمية، في فضاءات لم تكن تتلاءم يوما معها، ويمكن أن يكون نتاجا للمقاومة والثقافة المحلية.

وتقول ماكروبي أن "الإعلام البديل سياسة ترغب في تحويل نقاد اجتماعيين وسياسيين غاضبين الى ناجحين"1.

اتجاهات العلاقة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي :

ترى د. ثريا السنوسي أن هناك اتجاهات ثلاثلتحديد ماهية العلاقة بين الإعلام الجديد أو إعلام المواطن كما أسمته ، وبين الإعلام التقليدي :

الاتجاه الأول :

يحيل نشأة الإعلام الجديد إلى تدهور العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام التقليدية ، لذلك صور هذا الاتجاه الإعلام الجديد كنتاج لتزعزع الثقة التي كان يعطيها المتلقي للوسائل التقليدية ، فهو في حاجة إلى قنوات إعلامية واتصالية مستحدثة تؤمن له

[1] Mc Robbie, A. (2001) "Everyone is Creative": Artists as New Economy Pioneers? Open Democracy, (accessed August 30, 2001).

المعلومات الدقيقة بعيدا عن رقابة وسائل الإعلام التقليدية .

فإعلام المواطن بمثابة الملجأ الذي يهرب إليه المواطن المتلقي لتحاشي الخطاب الإعلامي الكلاسيكي الذي لم يعد يشبع حاجاته المعرفية ، لذلك اعتبر الإعلام الجديد إعلاما بديلا لإعلام يقبع تحت الرقابة والتعتيم والتزييف .

الاتجاه الثاني :

يرى أنه نوع من الإعلام التشاركي أو التبادلي الذي يكمل الإعلام التقليدي، ولكنه لا يستطيع بأي حال من الأحوال أن يحل محله مهما بلغت درجة نجاعته .

فالإعلام الجديد حسب هذا الاتجاه يلعب دورا أساسيا في تسليط الأضواء على بقع الظل في الكرة الأرضية التي قد لا يصل إليها دائما الإعلام التقليدي ، ولا يوليها أهمية كبرى ، وهو بهذا المعنى يحيلنا إلى جدلية المحلي والمعولم .

ويرفض أصحاب الاتجاه إطلاق صفة صحفي على هذه العينة من المواطنين الكتاب أو المبدعين أو المدونين ، لأنه حسب توضيحاتهم لا يمكن للمواطن العادي أن يلتزم بقواعد العمل الصحفي المهنية ، أو أن يلتزم بأخلاقياتها ، فتأتي أخباره تلقائية أحيانا ، وانطباعية في أحيان أخرى ، ولا تتمتع دائما بالدقة الثقافية والمصداقية العالية ، فيصبح الصحفي المواطن

إذن : كاتب هاو ، غير مؤهل للاضطلاع بمهنة الصحفي .

الاتجاه الثالث :

يختزل الإعلام الجديد أو إعلام المواطن في كونه (إعلام رأي) ، إذ يخول للقاريء المتلقي النشط والمتفاعل إبداء رأيه فيما قرأ أو سمع أو شاهد بكل حرية ، بعيدا عن الكتب ، وحراس البوابة الإعلامية ، فالمواطن بهذا المفهوم واع بما يكتب ، ويستعمل الصحافة كأداة لنشر أفكاره ومعتقداته ، وللدفاع عن مبادئه ، بل وللسعي وراء توسيع قاعدة مناصريه ، فيصبح الإعلام الجديد أو إعلام المواطن رافدا مهما لنشر الأيديولوجيات .

ويحذر أصحاب هذا الاتجاه من المخاطر والانزلاقات التي يمكن أن تنجر عن هذا النوع المستحدث من التعبير .

ولابد من التأكيد على أن هذه الاتجاهات الثلاث تتداخل فيما بينها ، وهو ما يضفي ضبابية كبيرة حول مفاهيم الإعلام الجديد ، وإعلام المواطن ، فهذا المصطلح هو مصطلح مستحدث ، والجدل حوله لا يزال في أوجه ، ليس فقط من ناحية التحديد المفاهيمي له ، وإنما أيضا في دوره ، وفي ما ينتج عنه من إعادة إنتاج الأدوار في صلب العملية الإعلامية نفسها 1.

---

[1] د ثريا السنوسي ، صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار ، (تونس : جامعة منوبة ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار) ص 3-4

سيناريوهات المستقبل بين الإعلام الجديد والتقليدي :

لذا فإنه وفي ضوء التحليلات المختلفة لعلاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي ، فإن هناك سيناريوهات ثلاث لتحديد العلاقة بينهما :

السيناريو الأول : يفترض أن يتفوق الإعلام الجديد ، وأن يزداد نموه بين المستخدمين ، وفي نفس الوقت يقل الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات ، وتتحدد ملامح البيئة الإعلامية والاتصالية وفق هذا السيناريو كالتالي :

1- انتشار كثيف للهواتف الذكية والحواسب اللوحية والمحمولة والشخصية .

2- انخفاض تكلفة استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).

3- عزوف قطاعات واسعة من المجتمع عن استخدام الوسائل الجماهيرية التقليدية ، كالصحافة الورقية ، والراديو ، والتليفزيون .

4- تنامي المؤسسات الإعلامية الشبكية العاملة في مجال الإعلام الرقمي .

5- تآكل رصيد بعض المؤسسات الإعلامية التقليدية وتوقف بعضها عن العمل صدورا ، أو بثا .

السيناريو الثاني : يفترض أن يتفوق الإعلام التقليدي الجماهيري على الإعلام الجديد ، وذلك لاعتبارات متعددة ، وأن يتلاشى نمو الإعلام الجديد ،

أو تخبت جذوته ، في مقابل تماسك المؤسسات الإعلامية الجماهيرية وتحديث مضامينها بما يتناسب مع الاحتياجات الإعلامية للجمهور.

وتتحدد ملامح البيئة الاتصالية وفق هذا السيناريو كالتالي:

1- ضعف البنية التحتية اللازمة لاستخدام تطبيقات ومواقع الإعلام الجديد على نطاق واسع ، وهو الحادث بالفعل في بعض الدول الفقيرة ، أو التي لم تقطع شوطا كبيرا في التقدم التقني المرتبط بالاتصالات والشبكات .

2-تطوير وسائل الاتصال التقليدية ، مضمونا وشكلا ، واجتذابها للعناصر المحترفة القادرة على مضاعفة أعداد الجماهير ، إدراكا منها لشراسة المنافسة الإعلامية مع اللاعبين الجدد في مجال الإعلام والاتصال .

3-فقدان مواقع وتطبيقات الإعلام الجديد كثيرا من الزخم الذي كانت تتمتع به في بداية ظهورها ، نظرا لكونها مرتعا خصبا للشائعات وحملات الكراهية بين أطياف وطوائف المجتمع .

السيناريو الثالث : هو أن يتم تطوير كل من الإعلام الجديد والتقليدي جنبا إلى جنب ، وإفادة كل منهما للآخر ، من خلال إيجاد صيغة تكاملية بين النوعين ، بحيث يزداد تعاظم استخدام الإعلام التقليدي للنيو ميديا ، وهو السيناريو الأقرب إلى الوجود في المجتمعات النامية أو الآخذة في النمو.

وتتحدد ملامح البيئة الاتصالية والإعلامية وفق هذا السيناريو في

التالي:

1- نمو مطرد في البنية التحتية التقنية اللازمة لانتشار الإعلام الجديد وتطبيقاته ، على مستوى الشبكات ، وعلى مستوى البرمجة .

2- تبحث المؤسسات الإعلامية التقليدية لها عن نوافذ جديدة في الإعلام الجديد ، للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور ، كأن تنشئ لها حسابات على كافة أو غالبية مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بشهرة كبيرة ، لتستفيد من السمات التفاعلية والفورية فيها ، وتقوم كذلك بتوظيف تطبيقات الإعلام الجديد لتحقيق أقصى درجة ممكنة من التفاعل بين طاقم العمل الإعلامي بالمؤسسة وبين الجماهير ، وكذلك تقوم المؤسسات الإذاعية والتليفزيونية بتعظيم تواجدها في شبكة المعلومات الدولية ، مثل البث المباشر عبر الويب ، أو إنشاء القنوات الخاصة بها لإعادة بث البرامج والمواد الإعلامية التي تقوم عليها .

3- تقوم بعض المؤسسات التقليدية بالتحول التدريجي إلى الوسيط الإلكتروني ، من خلال إتاحة المحتوى المناسب للشبكة أمام المستخدمين ، والتقليل من تكلفة الإصدر التقليدي كما هو الحال في الصحافة الورقية ، وربما يتحول بعضها إلى الاكتفاء بالإتاحة الرقمية .

4-محاولة وضع أطر تشريعية وقانونية للنشاط الإعلامي والاتصالي في الإعلام الجديد ، للتغلب على بعض السلبيات المتعلقة بها مثل الشائعات الهدامة ، واستخدام تلك المواقع للوقيعة بين أطياف وطوائف المجتمع .

الفصل الخامس

أنماط الإعلام الجديد

تضع كليـة شريـديان التكنولوجيـة Sheridanتعريفـاً إجرائيـاً للإعـلام الجديد بأنه: "أحد أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شـكل رقمـي وتفـاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضـلا عـن اسـتخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثـل الفارق الرئيس الـذي يميـزه وهـي أهـم سـماته 1 ، وسـنقوم في هـذا الفصـل باستعراض أنواع الإعلام الجديد عـلى وجـه الإجـمال ، ومـن ثـم نسـتعرض في فصل آخر واحدا من أنواعه بالتفصـيل حـديثا عـن واقعـه وآفاقـه وإيجابيـاه وسلبياته ، ومن اللـه العون .

أنواع الإعلام الجديد :

باديء ذي بـدء يمكننـا القـول بـأن كـل محـاولات تصـنيفات الإعـلام الجديد هي عرضة للنقد والتشريح ، ولن يكون عليها اتفاق ، شأنها في ذلك شأن الإعلام الجديد ذاته ، الذي لم يُتفق عـلى تحديـد مفهومـه ، ولا وضـع خطوط فاصلة لحدوده ، غير أن ذلك لا يثني الباحثين عن محاولـة تفكيـك الظاهرة للتعرف أكثر على تفاصيلها .

[1] د. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسـة في مداخلـه النظريـة وخصائصـه العامـة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م، ص9.

ويمكن التمييز بين أنواع مختلفة من الإعلام الجديد على النحو التالي :

أولا : مواقع التواصل الاجتماعي Social Media

وتطلق وسائل التواصل الاجتماعي على مجموعة الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الإنترنت والتي تمكن الجماهير من التواصل مع الآخرين وتبادل النقاشات حول الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والخاصة ، وتختلف طبيعتها من شبكة لأخرى ، فبينما توجد بعض الشبكات التي تتيح إمكانية التعرف على الأصدقاء وتكوين الصداقات عبر العالم ، فإن الأخرى بإمكانها إرفاق ملفات الفيديو المصورة حول الموضوعات المختلفة ليتبادل الأفراد الحديث والتعليقات والنقاشات حولها على نطاق واسع .

ويمكن وضع المحددات التالية لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي الافتراضية:

1- أنها عبارة عن تجمعات إنسانية اجتماعية تخضع لاعتبارات السلوك الإنساني .

2- أن وجود أدوات الاتصال الرقمي كالحواسب الآلية وشبكات المعلومات ضرورة لتكوين تلك المجتمعات .

3- أنه لابد من توفر عدد من المستخدمين يتصفحون مواقع ذلك المجتمع يكفل لهم إنشاء شبكة من العلاقات الاجتماعية والثقافية.

4- أن يوجد فيما بينهم مناقشات واختلافات في وجهات النظر حـول عدد من القضايا ذات الاهتمام المشترك .

5- أن يكـون هنـاك إطـار عـام ومبـادئ رئيسـية تحكـم عمـل تلـك المجتمعات الافتراضية على شبكة الويب1 .

ويحدد أحد الباحثين سمات المجتمعات الافتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي بما يلي :

1- المرونـة وانهيـار فكـرة الجماعـة المرجعيّـة بمعناهـا التقليـدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحـدّد بالجغرافيـا بـل بالاهتمامـات المشـتركة التـي تجمـع معـاً أشخاصـاً لم يعـرف كـلٌ مـنهم الآخـر بـالضرورة قبـل الالتقـاء إليكترونياً.

2- لم تعـد تلعـب حـدود الجغرافيـا دوراً في تشـكيل المجتمعـات الافتراضيّة، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معـه في المجتمعات الافتراضيّة على مدار الساعة.

3- ومن سماتها وتوابعها أنّها تنتهي إلى عزلة، عـلى مـا تعـد بـه مـن انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين ، هذه المفارقة يلخّصها عنوان كتاب لشـيري تيركـل "نحـن معـا، لكنّنـا وحيـدون: لمـاذا أصـبحنا ننتظـر مـن

---

[1] رضا عبد الواجد أمين ، حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت ، دراسة مقدمة إلى مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي ، الـذي أقامتـه جامعـة الملـك سعود (الرياض : 15-17 مارس 2009 م) ، ص 12

التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟"1 .

فقد أغنت الرسائل النصيّة القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفيسبوك والبلاك بيري عن الزيارات ، من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كلّ فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرّد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيدا من الانتباه والاهتمام.

4- لا تقوم المجتمعات الافتراضيّة على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

5- في المجتمعات الافتراضيّة وسائل تنظيم وتحكّم وقواعد لضمان الخصوصيّة والسريّة، قد تكون مفروضة من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

6- أنّها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرّد والثورة ، بداية من التمرّد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسيّة.

7- تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدريج إلى تفكيك مفهوم الهويّة التقليدي. ولا يقتصر تفكيك الهويّة على الهويّة الوطنيّة أو القومية بل يتجاوزها إلى الهويّة الشخصية، لأنَّ من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم،

[1] Sherry Turkle, " Together: Why We Expect More from Technologies than from Each Other Alone", New York: Basic Books, 2011.

وبعضهم له أكثر من حساب1 .

ومواقع التواصل الاجتماعي هي "منظومة من الشبكات الإلكترونيّـة التي تسمح للمشترك فيها بإنشـاء موقـع خـاص بـه، و مـن ثـم ربطـه عـن طريـق نظـام اجتماعـي إلكـتروني مـع أعضـاء آخـرين لـديهم الإهتمامـات والهوايات نفسها" 2.

ويمكن أن نخلص إلى أن مواقـع التواصـل الاجتماعـي تشـير إلى حالـة مـن التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المسـتحدثة عـن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بـإعلاء حـالات الفرديـة Individualityوالتخصـيص Customization ، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعـلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعـلام القـرن العشريـن, فإن الإعلام الشخصي والفردي هو إعلام القرن الجديد، ومـا ينـتج عـن ذلـك مـن تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسـالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهـات ولـيس مـن أعـلى الى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبنـي هـذه المواقـع تطبيقـات الواقع الافتراضي وتحقيقـه لميـزات الفرديـة والتخصـيص وتجـاوزه لمفهـوم الدولـة

---

[1]د. بهاء الـدين محمـد مزيـد، "المجتمعـات الافتراضـية بـديلاً للمجتمعـات الواقعيـة ، كتـاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012م.ص34 ، وقـد أطلـق الباحـث عـلى موقع فيس بوك (كتاب الوجوه) وهي ترجمة في غير محلها ، وغير متفق عليها بين البـاحثين ، فالأسماء الأعلام ليس من الضروري أن تترجم .

[2]زاهـر راضي، "اسـتخدام مواقـع التواصـل الاجتماعـي في العـالم العـربي"، مجلةالتربيـة، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23

الوطنية والحدود الدولية1.

وفي دراسة عن دور مواقـع التواصـل الاجتماعـي في التغيـير توصـلت الباحثة بشرى الراوي إلى عدد من النتائج2 :

1- أن مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشـاء، لـنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، "متعدد الوسائط".

2- استخدم الشباب شبكات التواصل الإجتماعـي للدردشـة ولتفريـغ الشـحنات العاطفيـة، ومـن ثـم أصـبح الشـباب يتبـادلون وجهـات النظـر الثقافية والأدبية والسياسية.

3- عدّ مواقع التواصل الاجتماعي إعلامـاً بـديلاً: ويقصـد بـه "الموقـع الذي يمارس فيه النقد".

4- لا تمثـل مواقـع التواصـل الاجتماعـي العامـل الأسـاس للتغيـير في المجتمع، لكنها أصبحت عاملا مهما في تهيئة متطلبات التغيـير عـن طريـق تكوين الوعي.

5- أصبحت تتشكل بفضل شبكة الإنترنت فضاءات تواصلية عـدة هـي

---

[1] عبـاس مصـطفى صـادق، "الإعـلام الجديـد: المفـاهيم والوسـائل والتطبيقـات"، عـمان، دار الشروق، 2008م، ص17.

[2] بشرى الـراوي ، دور مواقـع التواصـل الاجتماعـي في التغيـير مـدخل نظـري ، ص 22 ، متـاح إلكترونيا على الرابط التالي :

www.philadelphia.edu.jo/arts/17th/day_two/session_six/bushra.doc

تاريخ التصفح *5* مايو *2013*م

بمثابة أمكنة افتراضية، وإن من بين مزاياها نهاية فوبيا المكان.

6- أنّها فضاءات مفتوحة للتمـرّد والثـورة – بدايـة مـن التمـرّد عـلى الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسيّة.

7- يكمن النظر للتغير الاجتماعي برؤيـة "حتميـة" التحـول في ثلاثـة مسـارات. أولهـما، مـا يعـرف "بالحتميـة التقنيـة"، وثـانيهما، مـا يعـرف "بالحتمية الاجتماعية"، ثم "الحتمية المعلوماتية".

8- أن المسـتخدمين يسـعون أكـثر لكسـب رأسـمال رمـزي مـن وراء انخراطهم في هذا الإعـلام أكـثر مـن انخـراطهم في تحقيـق رأسـمال مـادي، ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني.

9- يفتقر الإعلام الجديد الى الوضوح، بالنسبة الى مجاله ومداه، وقـد يعني هذا أن أشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى والأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.

10- تتشكل الأجندة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها.

11- أن التغيـير السـياسي الحقيقـي لم يولـد في الإنترنـت، بـل ولـد في الشارع، وجاء الإعلام الجديد مكملا له.

أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

الفيس بوك

من أهم شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي شبكة الفيس بوك .

وهو موقـع للشـبكات الاجتماعيـة عـلى شـبكة الإنترنـت لتكـوين

الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضـمام إلى مجموعات مختلفة على شـبكة الويـب ، ويمكـن المشـتركين في الموقـع مـن الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المـدارس ، أو أمـاكن العمـل ، أو المنـاطق الجغرافيـة ، أو المجموعـات الاجتماعيـة ، وهـذه الشـبكات تتـيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة ، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ، ويتيحوا لهم رؤية صفحتهم الشخصية .

والموقـع مجـاني للمسـتخدمين ويجنـى إيـرادات مـن الإعلانـات ، ويجمع بيانات عن المستخدمين ويسـتخدمها في إظهـار إعلانـات لهـا صـلة بزوار الموقع واهتماماتهم ونطاق أعمالهم ، وتعتبر شركة مايكروسوفت هي الشريك الحصري للإعلان على موقع الفـيس بـوك ، وقـد أشـارت تصـنيفات إليكسا لترتيب المواقع عالميا أنه يأتي في المركز الأول يليه جوجل ثم يوتيوب وياهو 1 ..

وقد أسس الموقع (مارك زوكربيرج)Mark Zuckerberg وذلك في عام 2004م ، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية ، وكان مشـهورا بولعـه الشـديد بالإنترنـت ، وكـان هدفـه أن يقـوم بتصـميم موقـع يجمـع زمـلاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصـورهم وآرائهـم ، ويسـهل عمليـة التواصل بيـنهم ، دون أن يفكـر في إنشـاء موقـع تجـاري يجتـذب الإعلانـات ، وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجا بين طلبة جامعة هارفارد ، واكتسب شـعبية واسعة بينهم ، الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهـم الـدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أوطلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف

[1] http://www.alexa.com/topsites في 6 مايو 2013م

على الحياة الجامعية ، واستمر موقع فيس بوك قاصرا على طلاب الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ، وفي سبتمبر 2006م قرر زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه ، وكانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد مستخدمي الموقع .

وفي أكتوبر 2007 م اشترت شركة مايكروسوفت حصة في الفيس بوك نسبتها 1,6% بقيمة 240 مليون دولار ، حيث قدرت قيمة الموقع آنذاك بنحو 15 مليون دولار 1 .

وتبلغ القيمة السوقية للموقع الآن مائة مليار دولار أمريكي ، ويستخدم فيس بوك مليار نسمة حول العالم وفقا لما صرح زوكربيرج في أكتوبر 2012م 2

وقد أزعج الفيس بوك السياسيين في كثير من دول العالم ، وقامت بعض الدول بإغلاق الموقع كنتيجة للهجوم المستمر عليها من قبل أعضاء الشبكة الاجتماعية الذين يكونون مجموعات للدفاع عن قضايا بعينها ،كما يمكن توظيفه للدفاع عن القضايا الهامة.. وفي مملكة البحرين تنشط

---

[1].http://news.bbc.com.uk
آخر زيارة في 23-11-2008 م /hi/Arabic/sci_tech/newsid_7063000/7063142

[2]عالم التقنية ، عدد مستخدمي الفيس بوك يصل إلى مليار مستخدم ، رابط التقرير على شبكة الإنترنت http://www.tech-wd.com/wd/2012/10/04/facebook-1-billion-users/ تاريخ الزيارة 5 مايو 2013م

المجموعات التي تمارس حقها السياسي في التعبير عن الرأي ، آخر هذه المجموعات مجموعة بعنوان (أنا مو طائفي) التي أطلقها مجموعة من الشباب تعليقا على أحداث انتخابات مجلس الطلبة بجامعة البحرين ، وهي دعوة لأن يكون اختيار المرشح – أيا كان موقعه – نابعا من كونه جديرا بهذا الموقع، لا نابعا من كونه منتميا لطائفة بعينها . إن هذه المجموعة رغم بساطة شعارها إلا أنها يمكن أن تكون عاملا من عوامل النضج الفكري والسياسي ، ودلالة على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير الإيجابي في المجتمع .

ومن أبرز الاستخدامات السياسية عربيا للفيس بوك ما قامت به فتاة مصرية تدعى (إسراء عبد الفتاح) حينما كانت ذات مساء تجلس في إحدى نوادي الإنترنت ، وخطر في بالها فكرة أن تقوم بتأسيس مجموعة جديدة (جروب) تدعو من خلاله إلى فكرة مجنونة نسبيا ، وهي الإضراب عن العمل يوم 6 أبريل 2008م ، كنوع من الاحتجاج على بعض الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية ، أو بدافع التسلية وشغل الفراغ ، وكانت المفاجأة أن قام بالانضمام إلى المجموعة مائة ألف شاب مصري في غضون أيام قليلة ، وهو رقم رغم كثرته إلا أنه يبقى متواضعا إذا ما علمنا أن بمصر وحدها ثلاثة ملايين مستخدم للفيس بوك آنذاك ، وانتقلت الدعوة إلى الإضراب من الفيس بوك إلى المدونات والمنتديات النشطة ، ولم تكن الحكومة المصرية آنذاك- كغيرها من الحكومات - تقدر للفيس بوك قوته الحقيقية ، وأنه قادر على التغلغل بين أوساط الشباب بسرعة مذهلة ، فكانت النتيجة أن شهد يوم 6 أبريل إضرابا جزئيا ، لكن بعض المناطق شهدت أعمال تخريب وشغب مثل مدينة المحلة الكبرى التي كانت قلعة صناعة النسيج ، وتناقلت وسائل الإعلام

المصرية والعربية والعالمية تلك الأحداث بمزيد من الاهتمام ، وفجأة أصبحت إسراء عبد الفتاح ملء سمع وبصر الإعلام ووسائله بسبب فكرة راودتها وهي تتصفح حسابها ذات يوم على الفيس بوك، والغريب أنه تأسست حركة أطلقت على نفسها حركة شباب 6 أبريل وتحتفل بهذا اليوم - على طريقتها طبعا – كل عام .

و في المغرب سقطت مئذنة مسجد على المصلين وهم يؤدون صلاة الجمعة في مدينة (مكناس) مؤخرا ، مما أوقع عشرات الشهداء ، وصرح بعدها وزير الأوقاف المغربي أن المساجد في المغرب لا تقوم الوزارة ببنائها ، وإنما فاعلو الخير هم الذين يشيدونها ، وكان هذا التصريح هو شرارة البدء لمجموعة قوية على الفيس بوك تطالب بإقالة الوزير ، أو بمحاكمة فاعلي الخير الذين تسببوا في وقوع هذه الكارثة !! ومما يذكر أن المغرب بها نشاط سياسي قوي في وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاتها في الإنترنت 1.

---

[1] د. رضا أمين ، السياسة والفيس بوك إشكالية علاقة ، مقال منشور بجريدة الوطن البحرينية ، بتاريخ 12-5-2010م .

تويتر :

هو شبكة اجتماعية يتم التواصل فيها بين الأعضاء بعدة وسائل، وتقدم خدمة تدوينية مصغرة ، وتسمح لمستخدمي الموقع بالتدوين لما لا يزيد عن 140 حرفا تجيب على سؤال هام ماذا تفعل الآن ، وتظهر في صفحة المستخدم ويراها كل من يتابعه على الموقع .

وظهر الموقع في عام 2006 م كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة أمريكية في فرانسيسكو ، وبدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة في 2007 م ، وفي أبريل 2007 م قامت الشركة المطورة بفصل تويتر وأنشأت شركة خاصة باسمه لإدارة الموقع .

وتشير تقارير صادرة عن تويتر وتقارير أخرى إلى أن مستخدمي موقع تويتر بلغ في بدايات العام 2012 نصف مليار على مستوى العالم ، مابين مدون نشط ومدون خامل ، وذلك بحساب عدد الحسابات الموجودة على الموقع .1

وبحسب تقرير أصدرته كلية دبي للإدارة الحكومية في نوفمبر 2011 م فإن الوطن العربي به مليون ومائة ألف مغرد عبر تويتر2 .

ويحتل موقع تويتر المركز الرابع عشر ضمن قائمة أكثر المواقع

---

[1] شبكة نسيج ، 25-2-2012 م ، متاح على ارابط التالي :
http://www.naseej.net/News/TechNews/Feb12%/

[2] http://itwadi.com/

الإلكترونية تصفحا عبر العالم وفقا لتصنيف إليكسا 1

و قد اكتسب تويتر شهرة واسعة في منطقة الخليج العربي في الفترة الأخيرة ، وأصبح أداة من أدوات التأثير على الرأي العام ، وبالتالي التأثير في اتخاذ القرار السياسي ، وقد فطن إلى ذلك العديد من الشخصيات والمؤسسات الرسمية فسارعت بإنشاء حسابات لها على الموقع ، واكتسبت هذه الحسابات شهرة واسعة ، بل وصارت مصدرا مهما من مصادر الحصول على الخبر والمعلومة ، ومصدرا مهما من مصادر وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها2.

كما ينتشر في عالم تويتر من يمكن تسميتهم بمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي ، و النشطاء ، والذين ربما يزيد عدد متابعيهم (الفولورز) على المليون متابع ، أو مئات الآلاف من المتابعين ، لكن دلالات كثرة المتابعين ليست واحدة .

بالتأكيد بعض المغردين يتمتعون بشخصية مؤثرة ، أو يضيف إليهم موقعهم الوظيفي أو مهنتهم قدرا كبيرا من الأهمية ، لكن ليس بالضرورة أنه كلما زاد عدد المتابعين زادت أهمية المتوتر في عالم التغريد الرقمي ، إذ تشير الإحصاءات الرسمية إلى أن أكثر حساب في تويتر حول العالم يحظى بأكبر عدد متابعين هو حساب الليدي جاجا المطربة الأمريكية التي تقوم ببعض

[1] http://www.alexa.com/topsites
في 5 مايو 2013م ومن المهم الإشارة إلى أن تويتر بدأ يتراجع مؤخرا ، حيث كان ترتيبه عالميا في المركز الثامن في السابق .

[2] د . رضا أمين ، تغريدات للوطن في الإعلام والسياسة (المنامة : هيئة شئون الإعلام ، 2013م) ص 223

الممارسات الإباحية في حفلاتها الغنائية ، حيث يقوم بمتابعتها 24 مليون مغرد وفقا لموقع سوشيال بيكر الذي يتابع أرقام متصفحي أهم المواقع عالميا ، كما أن شاكيرافي المركز السادس و لديها 16 مليون متابع ، ويأتي بعدها الرئيس الأمريكي باراك أوباما بحوالي 15 مليون متابع .

عربيا هناك بعض رموز الدين الذين يتجاوز متابعوهم أربعة مليون متابع، كما أن عددا من الحسابات للرياضيين والسياسيين تتجاوز عشرات مئات الآلاف ، ولكن – وهي المعلومة الخطيرة في هذا السياق – ليس كل من زاد عدد متابعيه أنه يحظى بأهمية قصوى ، إذ يعمد بعض العاملين في المجال السياسي والنشطاء إلى شراء المتابعين ، وهناك مواقع شهيرة تقدم هذه الخدمة نظير مقابل مالي ، فهناك موقع يعرض على المغرد أن يبدأ حسابه بألف متابع مقابل 17 دولارا ، وإذا أردت أن يكون عدد متابعيك 25 ألف متابع فإن الموضوع كله لن يكلفك سوى ما يعادل التسعين دينارا بحرينيا (240 دولارا أمريكيا تقريبا) ، وهناك موقع آخر يعرض على الراغبين في أن يضيفوا لحسابه خمسة آلاف متابع في خمسة أيام مقابل 80 دولارا أمريكيا ، وهناك عروض وآليات أخرى كثيرة لزيادة المتابعين ، بعضها تقني ، كما أن هناك شركات وأشخاص يقومون بزيادة مدخولاتهم عبر هذه الطريقة.

ولكن من السهولة كشف هؤلاء الذين يشترون المتابعين للمباهاة والرغبة في الشهرة ،والإيهام بأن صاحب الحساب له تأثير كبير على الرأي العام ، فإذا تصفحت أسماء وحسابات متابعيهم تجدها خالية من الصور ، فيما يعرف بانتشار ظاهرة(البيض) لدى المتابعين ، حيث تكون الصورة على شكل البيضة ، كما أن تويتر وضع آلية لحذف هؤلاء المخادعين ، لكن طريقة

كشفهم تتسم بالتعقيد 1.

وأيا كانت هذه الممارسات على تويتر ، فإنه موقع مهم من مواقع التواصل الاجتماعي التي حصلت على قاعدة جماهيرية عريضة في السنوات القليلة الماضية .

إنستجرام :

إنستجرام هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور و إجراء التعديلات الرقمية والفلاتر عليها حسب الرغبة, ثم مشاركتها مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدأ تطوير هذا التطبيق في عام 2010 بشكل خاص لأجهزة أبل ، iPad iPhone ، iPod بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة، و حين لقى هذا التطبيق رواجا بدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل (أندرويد) إذ لاقى شعبية كبيرة حتى أن أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق على جهازه خلال 12

---

[1] د. رضا أمين ، الفولورز في تويتر حقيقيون أم (بيض) ، مقال منشور بجريدة الوطن البحرينية ، بتاريخ 11مايو 2012م

ساعة فقط من طرحه.

ويبلغ عدد المشتركين في موقع (إنستجرام) والذين يتبـادلون الصـور من خلال حساباتهم عليه الآن أكثر من 30 مليون مشترك خلال عامين فقط من بدء استخدام الموقع ، يحملون ويشاركون مئات الملايين من الصور على حساباتهم الشخصية .

وقد قامت شركة فيس بوك بشراء شركة إنسـتجرام بموظفيهـا الثلاثـة عشر مقابـل مليـار دولار أمـريكي لتسـبق شركـة جوجـل في ضـم الشركـات الناجحة إلى مجموعتها 1.

ووفقا لتصنيف ترتيب المواقع عالميا فإن موقع (إنسـتجرام) يـأتي في المركز السابع والخمسين .

ويسمح الموقع بمشاركة الصور والتعليقات مع أشهر مواقع التواصـل الاجتماعي دون الحاجة لزيارة الأخيرة مثل فيس بـوك ، وتـويتر ، وفليكـر ، وفورسكوير .

لينكدان :

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي ، تأسس في ديسمبر 2002م،

---

[1] موقع بالعربي ، ما هو موقع إنستجرام ، متاح على الرابط التالي :
http://www.weziwezi.com/news/?p=8264
تاريخ التصفح 5مايو 2013م

وبدأ التشغيل في 5 مايو 2003م ، ويستخدم الموقع أساسا كشبكة تواصل مهني، وبلغ عدد مستخدميه المسجلين في الموقع أكثر من 175 مليون من أكثر من 200 دولة وفقا لإحصائيات يونيو 2012م ، والموقع متوفر ب19 لغة هي الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والبرتغالية والروسية والتركية واليابانية ، ولا يدعم العربية حتى الآن ، ومقر الشركة في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية .

في يونيو 2008، قامت شركة سيكويا كابيتال، وغريلوك بارتنرز، وشركات استثمارية أخرى بشراء 5% من الشركة مقابل 53 مليون دولار، بعدها تم تقييم الشركة بحوالي مليار دولار[1] .

وفي مايو 2012م أعلنت الشركة عن إيرادات الربع الأول من العام الذي قدر ب 188,5 مليون دولار أمريكي ولها العديد من المزايا التي يقدمها الموقع ، ومنها :

1- يستفاد من شبكة التواصل تعزيز العلاقات مع أولئك الموجودين في قائمة الاتصالات، إضافة لذلك يمكن استخدامها للتعرف على أشخاص آخرين ومعرفة المزيد عنهم من خلال الاتصال المتبادل.

2- يستطيع المشتركون تحميل سيرهم الذاتية، وترتيب ملفهم الشخصي بعرض وإبراز أعمالهم وخبراتهم.

[1] http://www.latimes.com/business/la-fi-linkedin18-008jun18,0,6631759.story
تاريخ الزيارة 5 مايو 2013م

3- يمكـن اسـتخدامها لإيجـاد وظـائف، أو أشـخاص، أو فـرص عمـل ينصح بها شخص ما في قائمة التواصل.

4- يستطيع أصحاب العمل وضع قائمـة بالوظـائف المتـوفرة لـديهم والبحث عن مرشحين محتملين ومناسبين له.

5- يسـتطيع البـاحثون عـن عمـل اسـتعراض الملفـات الشخصـية لمديري التوظيف في الشركات.

6- يستطيع المستخدمون إضافة صورهم الشخصية ومشاهدة صـور المستخدمين الآخرين للمساعدة في تحديد الهوية.

7- يسـتطيع المسـتخدمونمتابعة شركـات مختلفـة والحصـول عـلى إشعارات بجديد تلك الشركات .

وقد قامت شركة لينكدان بافتتاح مقرات إقليمية لهـا ، منهـا مقرهـا الذي افتتحته في دبي بالإمارات العربية المتحدة في العام 2012م لتدير منـه عملياتها المتنامية في المنطقة .

ووفقا لترتيب محرك أليكسا لتصنيف المواقع عالميـا تـأتي لينكـدان في المركز الثالث عشر.[1]

[1] موقع أليكسا ، منتاح على الرابط التالي http://www.alexa.com/topsites تـاريخ الزيـارة 6 مايو 2013م

مواقع التواصل الاجتماعي والتغيير السياسي :

كانلمواقع التواصل الاجتماعي دورمهمفيما عرف بأحداث الربيع العربي من خلال :

أولا : التحشيد للثورة :

لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورا مهما قبل الثورة، حيث استطاع الشباب الذين يمثلون جذوة هذه الثورات تحشيد الأفراد وتجميعهم نحو الأفكار الثورية ، ففي مصر كانت صفحة (كلنا خالد سعيد) المسماة باسم الشاب خالد سعيد الذي قتل على يد الشرطة المصرية وزعمت الشرطة أنه قتل بسبب ابتلاعه لفافة من المخدر(البانجو) أن تجمع آلاف الأشخاص حول فكرة التظاهر في ميدان التحرير يوم الخامس والعشرين من يناير 2011م ، ففي يوم الخامس عشر من يناير اقترح مدير (أدمن) صفحة كلنا خالد سعيد نزول الجماهير للشارع يوم 25 الموافق لعيد الشرطة المصرية ، وكتب : (النهاردة يوم 15 .. يوم 25 يناير هو عيد الشرطة يوم أجازة رسمية .. لو نزلنا 100 ألف واحد في القاهرة محدش هيقف قصادنا .. يا ترى نقدر؟ 1) وجاءت التعليقات بالإيجاب والموافقة من عدد كبير من الشباب تجاوز المائة ألف شاب ، وهو ما يشير إلى صحة النظرية التي طرحها باحثان مستقبليان أمريكيان هما جون اركيلا ودايفيد روزنفلت في كتابهما المعنون "انبثاق سياسة المعرفة" الصادر عام 1999 نظرية "الحرب المعرفية الافتراضية" والمفهوم الرئيسي فيها أن حروب المستقبل يجب أن تواكب

---

[1] البوست الخاص بالتحشييد ليوم 25 يناير من صفحة كلنا خالد سعيد ، http://www.facebook.com/ElShaheeed

التحـولات الإجتماعيـة العميقـة في بنـى المجتمعـات. وعليـه فـإن إدارتهـا الرئيسية سـتكون متمثلـة بـالإعلام ولـيس بالأسـلحة التقليديـة أو بأسـلحة الدمار الشامل أو حتى بالأسلحة الذكية. وعلى هذا الأساس يرى الكتاب أن الإعلام هو ميزة فيزيائية مثلـه مثـل الطاقـة والمـادة، وبـذلك يصـبح مـن السذاجة الاستمرار في قبول التعريفات التقليديـة للإعـلام عـلى أنـه مرسـل ورسالة وأداة اتصال ومستقبل 1.

ثانيا : التغطية الإعلامية لفعاليات الثورة :

أدت مواقع التواصل الاجتماعي دورا مميزا في متابعة أخبار الثـورات العربية ، حيث جعلت الجماهير (أون لاين) مع الثـورة ، وقامـت بالتعبئـة الجماهيرية المتصاعدة من خلال الدعوة إلى مسـيرات وتظـاهرات وفعاليـات جديدة ، ومن خلال نشر الأخبار التي مـن شـأنها أن تـزرع الأمـل في نفـوس الجماهير لاستكمال مسيرة الثورة المصرية على سبيل المثال ، ففـي ثـاني أيـام التظاهرات المصرية وجهت الدعوةمن صـفحة (كلنـا خالـد سـعيد) لتكـرار محاولة الضغط على النظام من خلال تنظـيم مـا أسـمت الصـفحة (جمعـة الغضب) ، ودون على فيس بوك : (سنخرج بمسيرات في كل مساجد وكنائس مصر الكبرى متجهين ناحية الميادين العامـة ومعتصـمين حتـى ننـال حقوقنـا المسـلوبة. مصر سـتخرج مسـلميها ومسـيحييها مـن أجـل محاربـة الفسـاد والبطالـة والظلـم وغيـاب الحريـة. سـيتم تحديـد المسـاجد والكنـائس ليلـة

---

[1] المركز العربي للدراسات المستقبلية ، دور الإعلام في دعم الثورة المصرية وثورات الفيس بوك ، بتاريخ 11 -2-2011 ، متاح على الانترنت في الرابط التالي :
http://www.mostakbaliat.com/?p=6093تاريخ آخر تصفح 30 مارس 2012م

الخميس)

أنشئت صفحة خاصة ل جمعة الغضب انضم إليها في أيام قلائل ما يناهز المائة ألف شخص ، وقد فطن النظام المصري السابق مؤخرا إلى أنه يواجه سلاحا لا يستطيع استخدامه كما يستخدمه الطرف الآخر وهو هنا مواقع الشبكات الاجتماعية ، فقرر أن يقطع خدمة الإنترنت عن ميدان التحرير ، وقطع كل أشكال التواصل ، فقام بقطع خدمة الهواتف النقالة أيضا ، لكن إرادة الجماهير الهادرة ، والضغوط التي مارسها الرأي العام دفع الحكومة لإعادة الاتصال الشبكي إلى الميدان.

كما كان لموقع يوتيوب الشهير دور بارز في تسجيل وتوثيق إحداثيات الثورات العربية ، حدث ذلك في كل من مصر وتونس وليبيا واليمن وسوريا ، بل وفي كل البلدان التي شهدت احتجاجات لم ترق إلى وصف الثورة، تأثرا بأجواء الربيع العربي ، كما حدث في الأردن والبحرين والمغرب.

إن حالة الطفرة الإعلامية التي خلقتها شبكات التواصل الاجتماعي بالرغم من وصف البعض لها بالفوضى والتسيب قد حققت شيئا من التوازن بين احتكار الأنظمة السياسية السلطوية للإعلام وبين حق الجمهور في معرفة الحقيقة ، لا من وجهة نظر الحاكم أو النظام ، ولكن من وجهة نظر مجردة ، دون تلوين ، أو توظيف للسياقات الخبرية لتصب في مصالح النظام .

ثالثا: التعبير عن جموع الرأي العام :

حيث تمثل وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أو بآخر أداة من أدوات التعبير الجمعي للرأي العام ، وقد مثل اتجاه التدوين أثناء الثورات العربية مؤشرا مهما من مؤشرات قياس الرأي العام والتعرف على أصدائه دون عناء القيام باستفتاءات واستطلاعات تستنزف الجهد والوقت ، وبالرغم من عدم علمية مؤشرات الرأي العام الافتراضي ، إذ لا تمثل الفئة المدونة المجتمع تمثيلا متناسقا مع طبيعته وفئاته ، ولا تشكل عينة احتمالية عشوائية كما هي اشتراطات سحب العينة العلمية ، إلا أنها تبقى مؤشرا يمكن الاعتماد عليه في اتخاذ القرارات السياسية أو العدول عنها في كثير من الأحيان .

ويرى ماكلوهان أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما في الحواس الإنسانية أيضاً، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التليفزيون تمد أعيننا ، والميكروفون يمد أسماعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي".

وقد اعتمدت انتفاضات وثورات الشعوب أساساً على المبتكرات العلمية والتقنيات الحديثة، التي رافقت نضالات الشعوب من أجل الإنعتاق والحرية، وقد لا يذهب المرء بعيداً في التاريخ إذا قال بأن الحركات السياسية التي ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية، شكلت مساراً جديداً لوعي الشعوب وانتشرت مسميات لا تزال عالقة في أذهان الناس مثل: حركات التحرر

الوطني والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية، وكانت تستخدم القوة والعنف في تحقيق أغراضها وأهدافها وترافق ذلك في أغلب الأحيان الآلة العسكرية".

وعن الأساليب المتبعة في الثورات الحديثة ومنها الأحداث في سوريا ، كان لا بد من بديل ينقل الأخبار الصحيحة والصادقة التي تحدث ويفضح جرائم النظام المستبد، فقام الناشطون على الأرض وبدعم من ناشطي الخارج بتصوير الأحداث ونقلها ووضعها على موقع اليوتيوب في عملية توثيق ضخمة جداً لم تحدث في أية ثورة، فوصل عدد الأفلام التي تم تحميلها والتي تخص الثورة السورية أكثر من 60 ألف فيلم فيديو يوثق الأحداث في جميع المناطق، وهناك أفلام لم يتم نشرها وتحميلها حتى الآن". 1

ثانيا : مواقع إرفاق الفيديوهات وإنشاء القنوات

وأشهرها موقع يوتيوب :

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت ، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية ، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم

[1] شبكات التواصل الاجتماعي ، مقال متاح على الإنترنت ، في الرابط التالي : *www.up.edu.ps/upinar/moodledata/3822/12.doc* ، تاريخ التصفح 9 مايو 2013

، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيـديو مـن خلال إضافة التعليقات المصاحبة ، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع .

وطبقا لتصنيف أليكسا العـالمي فـإن موقـع يوتيـوب يـأتي في المركـز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة ، بعد كل من : وفيس بـوك ، وجوجل 1.

مؤسسو الموقع :

بدأ موقع يوتيوب في الظهور على شبكة الإنترنت ، وهو أشهر المواقع الإلكترونية التـي تقـدم المـواد المصـورة المنتجـة بواسـطة المسـتخدمين ، في 15فبراير عام 2005 بواسطة ثلاث موظفين من شركة باي بالPaypal هم :

تشاد هيرليChad Hurley وهو شاب جـامعي مـن مواليـد 1977 ، كان يعمل في شركة Paypal ، وهو الذي قام بتصميم شعارها .

وستيف تشينSteve Chen الشاب الجامعي أيضا المولـود في تـايوان عام 1978م .

وجاود كريمJawed Karim المولـود في ألمانيـا عـام 1979م، وصـاحب جمعية شبابية أقامها لدعم الطلاب الجامعيين للانطلاق في مشاريعهم المميزة ، وصاحب أول فيديو تم رفعه عـلى اليوتيـوب ، وقـد صـوره لنفسـه وهـو في

---

[1] http://www.alexa.com/topsitesفي 6 مايو 2013 م

حديقة الحيوانات .

وقد نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء ، والتقطوا مقاطع فيديو ، وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ، ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الإنترنت .

تم تسجيل الدومين في 15 فبراير 2005 ، وخلال صيف 2006م كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا ، ويضاف إليه 65 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة .

و في أغسطس 2006، ذكرت صحيفة الوول ستريت جورنال Wall Street Journal الأمريكية بأن الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم، بسعة 600 تيرابايت. في 2007، استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق البيانات مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام 2000م ، و يتم رفع 13 ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة ، و في شهر يناير 2008 فقط،شاهد 79 مليون مستخدم أكثر من 3 مليارات فيلم.

و في مارس 2008، قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً.[1]

[1] http://techland.blogs.fortune.cnn.com/2008/03/25/youtube-looks-for-the-money-clip/

وقد اختـارت مجلـة تـايم الأمريكيـة في نهايـة عـام 2006 م موقـع يوتيوب ليفوز بلقب (شخصية العام) على خـلاف المعتـاد ، واحتـل غـلاف هذا العدد الذي صدر في نهاية شهر ديسمبر صورة جهاز كمبيوتر مع ورقة قصدير عاكسة عـلى شاشـة الكمبيـوتر تجعـل النـاظر إليها يـرى انعكـاس صورته عليها ، وأرفقت المجلة تلك الصورة بعنوان فرعي يقول (نعم أنـت .. أنت تتحكم في عصر المعلومات ، فمرحبا بك في عالمك) ، لتعبر عـن نمـو أعداد مستخدمي الشبكة العالمية وتأثيرهم المتعاظم في تشكيل الرأي العام في عصر المعلومات .1

وقد أعلن موقع يوتيـوب المملـوك لشركـة جوجـل في مـارس 2013 م أن عدد مستخدميه بلغ مليار شخص شهريا، أي ما يعادل واحـدا مـن بـين كل اثنين من مستخدمي الإنترنت تقريبا2 .

لكن تقريرا نشرته البي بي سي ذكرت فيه أن عدد مسـتخدمي موقـع يوتيوب يتجاوز الملياري شخص يوميا حـول العـالم أي مـا يتخطـى ضـعف مشاهدي القنوات الامريكية التلفزيونية الثلاث الأكثر شعبية مجتمعة3.

[1] تكريم الشخصيات الأكثر تأثيرا على طريقة الإعلام الجديد ، جريـدة الشرق الأوسـط ، العـدد 10950 ، بتاريخ 20 نوفمبر 2008

[2] المعلومات مستقاة من مدونة فريق جوجل ، متاح على الإنترنت في الرابط التالي :
http://google-arabia.blogspot.com/2013/03/youtube_22.html
تاريخ الزيارة 5 مايو 2013م

[3] موقع بي بي سي عربي ، في عيد ميلاده الخامس عدد مسـتخدمي يوتيـوب يتخطـى المليـارين يوميا (17 مايو 2010م) ، متاح على شبكة الإنترنت على الرابط التالي :
http://www.bbc.co.uk/arabic/scienceandtech/2010/05/100517_bk_youtube_internat_technology.shtml

تاريخ التصفح 5 مايو 2013م

وتقـول كـاثرين تـايلور مـن مدونـة "بي نـت للميـديا إن " يوتيـوب "يشكل فعلا ظاهرة في مجال الإنترنت لأنـه أعطـى لأي فـرد كـان إمكانيـة بث ما لديه وما يريد، وفي الوقت نفسـه، لم يكـن مـن السـهل التنبـؤ منـذ خمسة أعوام ان هذا الموقع الذي اشتهر في البداية كمنصة لـنشر حلقـات من مسلسلات تبث على التلفزيـون خارقـا بـذلك قـوانين الملكيـة الفكريـة يمكــن في الوقــت نفســه أن يجعــل مــن شــخص عــادي يجــذب ملايــين مستخدمي الانترنت لمشاهدة قطعة فيديو حملها على الموقع . 1

وفي تصنيف موقع يوتيوب على أنه من مواقـع التواصـل الاجتماعـي خلاف ، حيث أن الموقـع لا يقـوم بالأسـاس عـلى تكـوين الأصـدقاء وتبـادل التعليقـات ، إلا أنـه في الوقـت نفســه لا يخلـو مـن التعليقـات والتقيـيم وأشكال التفاعل الأخرى كمشـاركة الفيـديوهات ، وإمكانيـة ربطـه بكافـة وسائل التواصل وشبكاته على اختلاف مسمياتها وطرائق عملها .

ثالثا : المدونات

وتأتي المدونات كإحدى قنوات التعبير عن الرأي الخاليـة مـن القيـود والتي أتاحتها شبكة الإنترنت ، وهي المواقع الشخصية التي يعدها أشخاص لأنفسهم ، وتشتمل على عدد من الروابط لمواقـع أخـرى، وهـو مـا يسـمى صحافة البلـوجرز أو صـحافة الهـواة ، وهـي كلمـة مـأخوذة مـن الكلمـة الإنجليزيـةWeblogوتعنـي الـدخول عـلى الموقـع ، وجـرى اختصـارها في الاستخدام اليومي إلى بلوج.

[1] المصدر السابق نفسه

تعريف المدونات

المدونة هي التعريب الأكثر قبولا لكلمـة blogالإنجليزيـة التـي هـي نحت من كلمتي Web log بمعنى سجل الشبكة.

وهي تطبيق من تطبيقات الإنترنـت، يعمـل مـن خـلال نظـام لإدارة المحتوى، و هو في أبسط صوره عبارة عن صفحة وب تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة و مرتبة ترتيبـا زمنيـا تصـاعديا، تصـاحبها آليـة لأرشـفة المدخلات القديمة، و يكـون لكـل مـدخل منهـا عنـوان دائـم لا يتغـير منـذ لحظة نشره يمكن القـارئ مـن الرجـوع إلى مدونـة معينـة في وقـت لاحـق عندما لا تكون متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.

من وجهة نظـر علـم اجـتماع الإنترنـت، ينظـر إلى التـدوين باعتبـاره وسيلة النشر للعامة التي أدت إلى زيادة دور الوب باعتبارها وسيلة للتعبير و التواصـل أكـثر مـن أي وقـت مضى، بالإضـافة إلى كونـه وسـيلة للـنشر و الدعايـة و الـترويج للمشروعـات و الحمـلات المختلفـة. و يمكـن اعتبـار التدوين كذلك إلى جانب البريد الإلكتروني أهم خدمتين ظهرتا على إنترنـت على وجه الإطلاق1

انتشار المدونات في العالم العربي والإسلامي :

وفي العـالم العـربي والإسـلامي شـهدت وتشـهد ظـاهرة المـدونات الشخصية انتشارا ملحوظا في السنوات الماضية حتى أصبحت تعـد بـالآلاف، وهي في هذه المنطقة بالذات - حيث تتقلص فيها حرية الإعلام والتعبير عـن

[1] www.wikibedia.org on 3-4-2012

الرأي- على درجة عالية من الأهمية كونها تشكل بديلا لوسائل الإعلام الخاضعة للرقابة ومتنفسا لممارسة النقد أمام أولئك الذين يرغبون في التعبير عن مشاكلهم الشخصية ومشاعرهم المكبوتة. كما إنها أصبحت طريقة سهلة ومضمونة للتحايل على الرقيب، سواء كان الرقيب السياسي أو الأمني أو الاجتماعي ووسيلة أفضل للتعارف وتكوين الصداقات وتجاوز الحدود أيا كانت[1] وبالرغم من ارتباط ظهور المدونات عربيا بالحرب الأمريكية على العراق ، وانتشار المدونين الرافضين للحرب على نطاق واسع في العام 2003م ، إلا أن المدونين يتباينون في التدوين والكتابة على المساحة المخصصة لهم في الشبكة العنكبوتية ، فهناك المدونات السياسية ، والدينية الدعوية ، والمدونات الأدبية ، كما توجد المدونات المصورة ، ومدونات الفيديو ، وأنواع أخرى كثيرة من المدونات .

لكن الملاحظ أن الزخم الذي صاحب ظهور المدونات قد بدأ يخبو ، نظرا لاستحواذ مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى على نسبة كبيرة من المستخدمين وعلى أوقات تصفحهم للإنترنت .

رابعا : تطبيقات التواصل عبر الهواتف :

يعرض الباحث من أمثلة تطبيقات التواصل الاجتماعي المرتبطة

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ، الخطاب الإسلامي في المدونات على شبكة الإنترنت ، مجلة البحوث الإعلامية (القاهرة : كلية الإعلام بجامعة الأزهر ، ، أكتوبر 2006م) ص19

بالهواتف مثال شهير، حصل على نسبة استخدام عالية ، وهو تطبيق الواتس أب والواتس أب هو تطبيق لإرسال الرسائل النصية والصور وملفات الفيديو على الهواتف الذكية مجانا حول العالم ، وبلغ عدد مستخدميه حول العالم 200 مليون مستخدم ، يرسلون أكثر من 20 مليار رسالة شهريا ، ومؤسس هذه التقنية الحديثة هما من العاملين فموقع ياهو الأمريكي الشهير ، ويرفضون بيعها للاستفادة من خدماتها .1

ويتيح الموقع إنشاء المجموعات المشتركة ، ولكن المجموعة لا تزيد عن خمسين مشتركا ، ويتزامن مع جهات الاتصال المخزنة في الهاتف ، وينمو استخدامه بشكل سريع ، وثمن تحميله لا يتعدى دولارا أمريكيا واحدا .

[1] جريدة الشروق ، 200 مليون شخص حول العالم يستخدمون الواتس أب ، بتاريخ 30 أبريل 2013 / ، متاح على الرابط التالي :

http://shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=30042013&id=f5069e04-2198-47b3-a796-35687217cc76

تاريخ الزيارة 6 مايو 2013 م

الفصل السادس

موقع تويتر

واقعه وآفاقه

إيجابياته وسلبياته

تويتر

يتناول الفصل الحالي تحليلا لواقع موقع التواصل الاجتماعي الشهير (تويتر) ودلالات انتشاره، سلبياته ، وإيجابياته ، تحدياته ، والفرص الناجمه عن وجوده كأداة تواصل تفاعلية يسيرة الاستخدام في ظل التطور الحاصل في قطاع الاتصالات ، وانتشار الهواتف الذكية والحواسب اللوحية على نطاق واسع .

وكثير من الخصائص والسمات التي يتسم بها الموقع ، وتأثيراته في بيئة الاتصال والتواصل ، تنسحب على كثير من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ، كونها تتقاطع معه في كثير السمات والإمكانيات ، كما أن المشاركة أو التشبيك بين كثير من مواقع التواصل الاجتماعي قد انتشر على نطاق واسع ، وتحرص عليه مواقع التواصل الاجتماعي نفسها ، رغبة منها في الاستفادة من نجاح المواقع الأخرى ، وإرضاء للمستخدمين الذين لا يرغبون في إنشاء تراكم تدويني جديد في موقع تواصل اجتماعي حديث .

ما هو تويتر ؟

و تويتر هو أداة شعبية للشبكات الاجتماعية تسمح للمستخدمين إرسال رسالة قصيرة معظمها يعتمد على النصوص، ويصل طولها إلى 140 حرف تُعرف باسم "تغريدة". يتم نشر هذه التغريدات بعد ذلك عبر الإنترنت ويمكن أن يراها العامة ، و يمكن لمستخدمي تويتر إرسال تغريداتهم، أو اتباع تغريدات مستخدمين آخرين أو المشاركة في مناقشة أوسع عن موضوع أو حدث معين.

كما يشار إلى تويتر بشكل عام على أنه أداة "المدونات الصغيرة"، وهو

مصطلح يشير إلى أن تويتر هـو سـجل ويـب قصـير أو(مدونـة) قصـيرة ، و اعتبارًا من منتصف عام 2011، وسكان الخليج هم الأكثر اسـتخدامًا لتـويتر في الشرق الأوسـط ، حيـث يقـدر مسـتخدميه بحـوالي 6.6 مليـون شـخص يسـتخدمون تـويتر في الشرق الأوسـط، كـما جـاء في تقريـر وسـائل الإعـلام الاجتماعية العربية الثاني الصادر من كلية دبي لـلإدارة الحكوميـة، وكنسـبة مئوية للسكان، جاءت قطر في مقدمة الدول العربيـة حيـث يسـتخدم 8.5 في المئة من سكانها تويتر، كما ورد في "أخبار دبي" في 2012م 1.

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006م)، عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحـث تطـويري لخدمـة التدوين المصغرة ، ثم أتاحت الشركة المعنيـة ذاتهـا اسـتخدام هـذه الخدمـة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام ، ومن ثم أخذ هـذا الموقـع بالانتشـار، باعتبـاره خدمـة حديثـة في مجـال التـدوينات المصـغرة، بعـد ذلـك أقـدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركـة الأم، واسـتحدثت لهـا اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريـل عـام (2007م) 2. و بـدءاً مـن ديسمبر 2009فإن جوجل يقوم بعرض نتـائج بحـث فوريـة في محـرك بحـث

---

[1] مركز قطر للتكنولوجيا المساعدة ، نشرة عن وسائل التواصل الاجتماعيـة لـذوي الاحتياجـات الخاصة ، متاح في الرابط التالي :

*mada.org.qa/resourcecenter/ar/factsheets/making_social.../**Twitter**.doc* ، تـــاريخ التصفح *8-5-2013*م

[2] شـــبكات التواصـــل الاجتماعـــي ، مقـــال متـــاح عـــلى الإنترنـــت ، في الـــرابط التـــالي : *www.up.edu.ps/upinar/moodledata/3822/12.doc* ، تاريخ التصفح 9 مايو 2013 م

جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في تويتر .

كيف يعمل موقع تويتر ؟

يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. تدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن؟ (What are you doing), والتي لا تتجاوز الـ (140) حرفاً. وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات إلى الأصدقاء".

وبالنسبة للغة المستخدمة في الموقع فقد بدأ فقط باللغة الإنجليزية ، و في عام (2008) ظهر الموقع باللغة اليابانية ، وتزايدت بشكل ملفت أعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين، بحيث تفوق التويتر الياباني على التويتر الإنجليزي ، واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم، وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها، وهذا ما لم يكن متوفراً باللغة الإنجليزية ، ومن ثم تعددت لغات التويتر حتى وصلت في نهاية عام (2010) إلى سبع لغات هي: (الإنجليزية، الفرنسية ، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الأسبانية، والكورية).

وفي مارس 2012 م أعلنت شركة تويتر أن بإمكان المستخدمين العرب

عمل الوسم (الهاشتاج) باللغة العربية والبحث عنها على الموقع 1 .

وفي بداية العام الحالي 2013م أطلقت شركة تويتر نسختها الرسمية لكل من الآيفون والآيباد الذان يعملان بنظام ال IOS والأندرويد ، تدعم اللغة العربية التي تعد من أكثر اللغات استخداما على شبكة تويتر .

أعداد مستخدمي تويتر :

حتى نهاية عام (2010م) وصل عدد المغردين الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من 200 مليون مغرد، وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة، حيث لا يتطلب الأمر سوى فتح حساب على الموقع الرئيسي في تويتر، ويصبح للمستخدم بعد ذلك ملف بحسابه الشخصي، وتبدأ التحديثات بالظهور على صفحته الخاصة، بترتيب زمني تتمحور حول سؤال محدد (ماذا تفعل الآن), ضمن (140) حرفاً، وكلما حدث المستخدم صفحته كلما تلقى تحديثات جديدة من الأصدقاء.

وفي يونيو 2012م بلغ عدد مستخدمي تويتر نصف مليار نسمة حول العالم ، ويبلغ مجموعهم في الولايات المتحدة وحدها 140 مليون مستخدم، فيما تعتبر العربية اللغة السادسة المستخدمة على هذه الشبكة ، وأظهرت دراسة أن جاكرتا عاصمة أندونسيا هي المدينة الأولى من ناحية عدد

---

[1] القبعة البيضاء لتقنية المعلومات ، تويتر يدعم الهاشتاق العربي ، متاح في الرابط التالي : http://www.wh4it.com/twitter-supports-arabic-hashtags.html تاريخ التصفح 9-5-2013م

التغريدات المنشورة على "تويتر". فقد تم نشر حوالى 2,4% من التغريدات من العاصمة الاندونيسية. وتأتي طوكيو في المرتبة الثانية ولندن في المرتبة الثالثة مع 2% من إجمالي التغريدات، أما باريس فتحتل المرتبة السابعة .

وتشهد اللغة العربية انتشارا على "تويتر" وباتت اللغة السادسة الأكثر استخداما على الموقع، علما أن الرياض هي المدينة العاشرة الأكثر نشرا للتغريدات، وقد ارتفع عدد مستخدمي "تويتر" في السعودية بنسبة 93%في غضون ستة أشهر فبلغ 2,9 مليون مستخدم[1].

وقد بلغ عدد مستخدمي تويتر في المملكة العربية السعودية وحدها 4 مليون مستخدم وفقا لإحصائية في يناير 2013 م [2]وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات

---

[1] موقع قناة فرنسا 24 ، عدد مستخدمي تويتر بلغ نصف مليار ، واللغة العربية تحتل المرتبة السادسة ،(بتاريخ 31 -7-2012م) متاح على الإنترنت في الرابط التالي :
http://www.france24.com/ar/20120731-%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D8%B2%D9%88%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85-%D9%86%D8%B5%D9%81-%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%BA%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%A7%D8%AF%D8%B3%D8%A9-%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D9%88%D9%83%D8%A7%D8%B3%D8%AA-%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9

، تاريخ التصفح 9 مايو 2013 م

[2] عالم التقنية، 4 مليون مستخدم تويتر في السعودية ، (28-1-2013)متاح على ارابط التالي :
http://www.tech-wd.com/wd/2013/01/28/twitter-has-4-million-user-in-ksa/
تاريخ التصفح 8-5-2013م .

ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء في كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبون أم بعيدون، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء، بهدف التعارف والصداقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة، غير أن المدونين يرون في تويتر أداة تدوين مصغرة تساعدهم في رفد مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والآنية.

ويعتبر المطورون أن تويتر يمتلك إمكانيات لا حدود لها، ويستفيدون من هذه المدونة في البرمجة والتطبيقات، خصوصاً وإن تويتر يقدم خدماته التدوينية المصغرة مجاناً لكافة المستخدمين شأنه شأن شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

وأصبحت كلمة تويتر واحدة من الكلمات المميزة التي نسمعها كثيراً، كلما تصاعدت الأحداث في مكان ما من العالم، فكان تويتر هو الوسيلة التي اخترقت الحجب في إيران وتونس ومصر وغيرها، لتروي للعالم ما يحدث هناك بعيداً عن مقص الرقيب، وكان تويتر هو الوسيلة التي طافت العالم بسرعة خاطفة، لتروي ما يحدث في كارثة (هايتي وتشيلي وسيول جدة) وغيرها من الكوارث لحظة وقوعها".

فلا يوجد قيود على عدد من تتابع أو من يتابعون المستخدم أو عدد الرسائل التي ترسلها، لكن القيد الوحيد هو عدد الحروف التي تكتبها في الرسالة الواحدة، حيث يسمح لك تويتر في كل رسالة بـ (140) حرفا فقط. قد يظن البعض أنها عيبا ، لكنها في الحقيقة ميزة فريدة ، حيث تجعل المدون

يركز في ما يرغب في تدوينه ، وكما يقول المثل: (خير الكلام ما قل ودل)".[1]

إيجابيات ومزايا تويتر:

مما لاشك فيه أن تويتر قد أثبت بأنه الأفضل في سرعة نقل الأخبار والأحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، مثال على ذلك الخبر الذي تداوله العالم أجمع في مطلع عام (2009)، الذي أرسله أحد مستخدمي تويتر مرفقاً بصورة للخبر عن: "حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأميركية على سطح نهر (الهد سون) يوم 18 يناير/ كانون الثاني".

لقد أصبحت كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية تعتمد على تويتر في تغطية الأحداث وتطور الأخبار الآنية والعنوانات الرئيسية، ويستعين بتويتر العديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم الإعلامية وما يهمهم من القراء واهتماماتهم، فقد يوجهون لهم الأسئلة ويتلقون إجابات مفيدة عليها تساعدهم في إنجاز تقاريرهم الإخبارية ويستفيد أيضاً من يعمل في (صحافة المواطن) من إمكانيات تويتر العديدة.

كما توضح ذلك شبكة الصحافة العربية بالقول: "يشكل تويتر وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في الزمن الحقيقي تقريباً حول أخبار جارية

---

[1] شبكات التواصل الاجتماعي ، مقال متاح على الإنترنت ، في الرابط التالي :
www.up.edu.ps/upinar/moodledata/3822/12.doc ، تاريخ التصفح 9 مايو 2013 م

ونامية، ويمكن للمراسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري أولاً بأول، بدلاً من التقييد بالوقت الذي تقتضيه وسائل إعلامية أخرى".1

لقد أنهت ثورة الاتصال الجديدة عدداً من المفاهيم كهرمية الاتصال، وحارس البوابة، وأحادية مصدر الرسالة، كما استحدثت عدداً من المفاهيم الإتصالية الجديدة مثل: الوسائط الرقمية، والمجتمعات الإفتراضية، والتشبيك الإجتماعي، وغيرها من المفاهيم والمصطلحات الأخرى، والتي تدل في مجملها على مدى الوفرة والتنوع في وسائل الإتصال الجديدة . 2

ويوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت ، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً، وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهمه أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم.

ويمكن إجمالا إيراد الإيجابيات التي ينطوي عليها الموقع في الآتي :

---

[1] المصدر السابق نفسه .

[2] د. حاتم العلاونة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري ، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان " ثقافة التغيير" (جامعة فيلادلفيا ، كلية الآداب ، عمان : 2012) ، ص1

1- مواكبة الأحداث أولا بأول وسهولة الحصول على الأخبار بطريقة آنية، ولحظة وقوعها ، ويعتبر الاعتماد على موقع تويتر كمصدر إخباري من أهم الوظائف التي يؤديها تويتر ، وتتنوع الحسابات التي تمد الجماهير بالأخبار على النحو الآتي :

أ- الحسابات الرسمية للشخصيات التي تحتل موقعا سياسيا معينا ، والذين تمثل تصريحاتهم أخبارا هامة ، ومن أشهر الحسابات التي تندرج تحت هذا النوع حساب الرئيس الأمريكي باراك أوباما ، والرئيس المصري محمد مرسي وحساب حاكم إمارة دبي ، وحسابات متعددة لبعض وزراء الخارجية العرب ، والشخصيات السياسية الهامة ، التي تتصدر تغريداتهم في تويتر نشرات الأخبار في الصحف والإذاعات المسموعة والمرئية .

ب- الحسابات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية ، حيث حرصت غالبية الصحف الكبرى ومحطات الراديو والتليفزيون على إنشاء حسابات لها في تويتر لإعادة نشر أحدث الأخبار ، ونشر الروابط للموضوعات المختلفة خاصة في مجال الصحافة .

ج- الحسابات الخاصة بوكالات الأنباء الكبرى ، مثل رويترز ووكالة الأنباء الفرنسية وغيرهما ، حيث تدون هذه الوكالات في حساباتها مستجدات الأخبار ، أو روابط للنصوص الكاملة لها .

د- الحسابات الخاصة ب (الوكالات الأهلية) حيث انتشرت في السنوات الأخيرة شبكات الأخبار الأهلية التي يمتلكها أشخاص أو شركات صغيرة ، وحققت بفضل انتشار شبكة مراسليها ، ومتابعتها لكل المستجدات

انتشارا كبيرا ، مثل شبكة رصد ، وشبكة خبر وغيرهما .

ه- حسابات الأشخاص الذين يحرصون على إعادة نشر الأخبار الهامة والعاجلة من مواقع المؤسسات الإعلامية الكبرى .

و- حسابات شهود العيان الذين يقومون بتسجيل الأحداث التي صادف وجودهم بمكان حدوثها ، ويقومون بتدوينها عبر تويتر،وأحيانا يرفقون صورا ذات قيمة إخبارية عالية ، وهو ما يطلق عليه (المواطن الصحفي) أو (المواطن الإعلامي).

2- إمكانية متابعة المشاهير والمسئولين وقادة الرأي ، والتعرف على اتجاهاتهم ومواقفهم من الأحداث اليومية أو العاجلة .

3- إمكانية التواصل مع جميع فئات المجتمع ، وتكوين صداقات مثمرة ، على شبكة تويتر.

4- إمكانية العثور على أرشيف التدوينات لمن نرغب من المغردين ، حتى نتعرف على اتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة ، وأسلوب تفكيرهم في الموضوعات المختلفة ، وهذا الأمر يخدم صانع القرار السياسي أو الإداري في حالة الانتقاء ، وتقويم الأشخاص والحكم عليهم حكما سليما ، كما تستخدمه عدد من المؤسات والشركات الكبرى لمن يلتحق بالعمل بها لتحليل شخصياتهم ، والتعرف أكثر على سماتهم الشخصية .

5- إمكانية القيام بحملات معينة من خلال الوسم (الهاش التاج) الذي يشترك فيه عدد من المتوترين ، خاصة إذا ارتبط موضوع الحملة بغاية

نبيلة تخدم الأوطان ، أو تدعو لبعض القيم والفضائل الأخلاقية و الدينية .

6- سهولة مشاركة التدوينات مع مواقع التواصل الأخرى مثل فيس بوك لربط حسابات المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة تسهيلا له ، وتحقيقا للاستفادة من مميزات كل الشبكات المتصلة بعضها بعضا .

7-إنشاء حسابات رسمية للوزارت والهيئات الرسمية للتواصل مع الجماهير لتكون بمثابة قناة اتصال وتواصل سريعة وناجعة مع العملاء ، والتعرف من خلال ردود وتفاعل الجماهير على مؤشرات الرأي العام .

8- وسيلة لتبادل النقاش والآراء وتبادل الثقافات ، خاصة في تلك الحوارات التي تأخذ بعدا دوليا ، أو التي يشترك فيها من ينتسبون إلى أكثر من ثقافة أو إقليم .

9- إمكانية إرسال الرسائل الخاصة إلى المغردين ، وإجراء حوارات معهم دون نشر محتوى الحوار ليراه كل الأصدقاء والمتابعين .

10 – يعد تويتر مصدرا مهما لوسائل الإعلام في بعض الأحيان ، فحسابات الأشخاص السياسية والدينية الهامة تنشر في كل وسائل الإعلام فور التغريد بها في تويتر ، وفي بعض الأحيان تحتوي على أخبار حصرية ، وانفرادية .

11- إمكانية الحصول على الوظائف الجديدة للراغبين في ذلك ، وذلك عبر إمكانية البحث في الموقع عن الوسم (هاشتاج) وظائف ، حيث يقوم بدور الوسيط بين كل من المعلنين عن الوظائف والباحثين عنها بشكل

مجاني .

استخدام تويتر في مجال الدعوة الإسلامية :

مثله مثل سائر وسائل التواصل الاجتماعي يمكن توظيف تويتر دعويا بما يخدم أهداف الدعوة والداعية ، حيث أن هـذه المواقـع بمـا تمتلـك مـن انتشار واسع بين الشباب يمكن أن توظـف توظيفـا جيـدا لمحاولـة تحقيـق فريضة الإبلاغ ، حيث لم يحدد اللـه مكانا ولا زمانا حين قال :

(وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَـدْعُونَ إِلَى الْخَـيْرِ وَيَـأْمُرُونَ بِـالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَـوْنَ عَنْ الْمُنْكَرِ وَأُوْلَئِكَ هُمْ الْمُفْلِحُونَ)1

والداعية مطالَب بتطوير نفسه دائماً تكنولوجياً ليجيد توصيل رسالته إلى الآخرين؛ فلم يعـد ينفـع أن ينتظـر الداعيـة في مسـجده ليأتيـه النـاس فيبلغهم دعوة ربهم، بل صار من اللازم أن يتوجـه هـو إلـيهم بـأي وسـيلة يستطيعها وتتوفر لديـه؛ إذ إننـا أصـبحنا في عـالم السرعـة ، كـما أن وسـائل الدعوة إلى الإسلام غير محدودة، بل تقبل التطوير والابتكار بما لا يتنافى مـع الشريعة الغراء، فيجب تسخير وتطويع ما تـوفر مـن وسـائل التكنولوجيـا الحديثة في الدعوة إلى اللـــه، - تعـالى -. وتعـد مـن الضروريـات الدعويـة اليوم .

ومن المهـم للغايـة إذا أردنـا تطويـع كـل الوسـائل التكنولوجيـة في الدعوة، أن نوحد الجهود، وأن نقوم بعمل مؤسسي كهيئـة عالميـة تأخـذ في

[1]سورة آل عمران ، الآية رقم 104

حسـبانها تأسـيس جهـد وعمـل جماعـي مؤسـسي لتطويـع هـذه الوسـائل والمتابعة مع المدعوين، ونضيف إلى ذلك أن يكون هناك دعـم مـادي كبـير للقيام بكل هذه الخدمات الدعوية.1

أما عن طريقة توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة الـدعوة الإسلامية فيمكن عمل الآتي :

أولا : عمل مجموعات خاصة وعامة تـدعو إلى الحـث عـلى الفضـيلة ونشرها بين الناس.

ثانياً: مراسلة جميع المشتركين والمتابعين في نفس الموقـع والـذين تـم التواصل معهم مسبقاً بما يراد توصيله من قيم وأخلاق ونصائح وغيرها من أعمال فاضلة.

ثالثاً: معارضة المجموعات التي تقوم بتشويه صورة الإسلام، والضغط على مواقع التواصل الاجتماعـي لإغلاقهـا، وهـذا مـا حـدث ويحـدث مـراراً وتكراراً ، وغالبا ما يتم الاستجابة لذلك الطلب ويتم اغلاقها.

رابعاً: عمل بعض المقاطع المؤثرة لـبعض العلـماء بالصـوت والصـورة وتحميلها في اليوتيوب، أو عمل رابط لهـا ونشرهـا في التـويتر، وبـذلك يـتم إيصالها إلى أكبر عدد ممكن.

ولا شك أن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الدعوة إلى اللـه

---

[1] عادل عبد اللــه هنـدي ، وسـائل التكنولوجيـا الحديثـة في خدمـة الـدعوة ، موقـع المختـار الإسلامي ، متاح على الرابط : http://islamselect.net/mat/87638، في 6-5-2013م

أمر مهم إذ لا تشكل عناء للناصح ولا مشقة، فالناصح مطالَبٌ بتطوير وسائل النصح حسب العصر بما يتناسب مع الشريعة الغراء، وبما يحقق الهدف المرجو من النصيحة، والإسلام لم يفرض علينا النصح بطرق ووسائل محددة لا يمكن أن نتجاوزها وأن نبتكر فيها أو نجدد في رحابها، بل ترك لنا مساحة كبيرة للابتكار ووضع لنا قاعدة ثابتة في السير على منهج الدين، بدون إفراط ولا تفريط، فالوسائل لها حكم الغايات، قال الله تعالى:

(**ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ**)1 ، والحكمة: هي وضع الشيء المناسب في المكان، والزمان، والشخص المناسب، وهذا يتحقق مع مواقع التواصل الاجتماعي2.

ومن المهم الإشارة إلى أن هناك عدد من التطبيقات التي تعمل من خلال الروبوت وسيرفرات خاصة تقوم بالتدوين نيابة عن المغرد ، وأكثر أنواعها انتشارا تلك التي تقوم على التغريد بالقرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة ، وغيرها من النصائح الدينية ، ومن هذه التطبيقات ما يلي :

1- تطبيق (تويت قرآن) لتغريد آيات وأحاديث صحيحة ونشر سيرة سيدنا محمد – صلى الله عليه وسلم – (أخلاق ، سنن ، معاملات) بحد أقصى خمس تغريدات في اليوم ، ويقوم بنشرها في حساب المشترك في التطبيق

[1] سورة النحل ، الآية رقم 125

[2] د. هشام بن عبد الملك آل الشيخ ، الدعوة إلى الله عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، موقع شبكة رسالة الإسلام ، متاح في الرابط :
http://main.islammessage.com/newspage.aspx?id=16734 في 5-5-2013م

بطريقة آلية ، ورابط التطبيق عبر شبكة الإنترنت هو :

http://twitquran.com/Contact_Us.aspx#.UN4Z-ayKKSo

وتقول الشركة المطورة للتطبيق عن سبب وجوده : قلة المحتوى القرآني باللغة العربية على تويتر كان السبب في إنشاء هذه التطبيق ،هدف الخدمةِ هو إعلاءُ كلمةِ اللـه في أصداء الفضاء الإلكتروني الواسع لتويتر ، و تذكرةُ المسلمين هناك ببعض الآيات المختارة مسبقاً من القرآن الكريم و الأحاديث النبويه الصحيحه ، التي تخص الجود أو الكرم أو التوبة أو الإستغفار أو الأبرار .. إلخ . الخدمة ببساطة عبارة عن (تطبيق تويتر) يقوم المستخدم بالاشتراك فيه ، فيقوم الموقع بعمل تغريدات الكترونية من الحساب المشترك ، حسب اختيار المستخدم تغريدة واحدة أو ثلاث أو خمس تغريدات . من الأسباب الأخرى للخدمة هو إثراء تويتر بآيات القرآن و الحديث النبوي الصحيح ، حيث أن تويتر يفتقر بشدة إلي آيات القرآن باللغة العربية. إذا قمت بالبحث مثلاً عن Quran# ستلاحظ أن معظم نتائج البحث الموجودة باللغة الإنجليزية ، كما أنه سيراعى في المرحلة القادمة دعم هاش تاج #قرآن بالعربي . سببٌ آخر هو أن تكون الخدمة صدقةٌ جارية حتى بعد وفاة صاحب الحساب ، حيث سيستمر الحساب بتغريد آيات القرآن أو الأحاديث الصحيحة 1.

2- تطبيق داعية . كوم ، وهو تطبيق يقوم بكتابة آيات من القرآن

[1] http://twitquran.com/About.aspx#.UN4aZayKKSo
تاريخ آخر زيارة 27 ديسمبر 2012م

الكريم بحد أقصى مرتين في اليوم إذا ما تم ربطه بالحساب الشخصي على الموقع ، ورابطه على شبكة الإنترنت :

http://www.da3eya.com/

3- تطبيق درر السلف : وهو تطبيق يقوم بعمل تغريدات لأقوال السلف بطريقة آلية ، ورابطه على شبكة الإنترنت :

http://akwalalsalaf.apphb.com/

4- تطبيق تويت أذان : ويقدم خدمه آلية للمسلمين في اكثر من 43 مدينه حول العالم للتنبيه بأوقات الصلاه. خمس مرات في كل يوم وليلة ، ورابطه على شبكة الإنترنت :

http://islamic-prayer-times.blogspot.com/

5- تطبيق سنن : وهو تطبيق يقوم بنشر أحاديث نبوية وأدعيه وأذكار لتنشر على صفحة المستخدم، ورابطه على شبكة الإنترنت :

http://www.manhag.net/islamgoodcall/index.php.

مما سبق يمكن استخلاص أن هناك جهودا طيبة للدعوة إلى الله تعالى في مواقع التواصل الاجتماعي يمكن البناء عليها ، وتطويرها ، ودعمها ، وإنتاج المزيد منها كإحدى آليات التعريف بالدين الإسلامي ونبي الإسلام العظيم – صلى الله عليه وسلم -، كما أن الحاجة ملحة لأن يتوفر عدد من التطبيقات بلغات غير العربية تؤدي هذا الدور الهام ، لتصل الرسالة لكل المسلمين وغير المسلمين حول العالم

كما أن هذه الحملات الإعلامية تحتاج إلى التخطيط الجيد المسبق لها ، وبحاجة أيضا إلى قياس أثرها وجدواها في إمداد الجماهير بالمعلومات المتراكمة بطريقة سريعة تتناسب مع سمات مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية ، ومع سمات العصر الذي نعيشه من ناحية أخرى 1.

سلبيات موقع تويتر :

لا يمكن الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي من زاوية واحدة ، فلا يمكن الحديث عن إيجابياتها المتعددة دون إغفال الجوانب السلبية فيها ، كما لا يمكن التركيز على الجوانب السلبية، وعدم الاكتراث بالجوانب الإيجابية التي أشرنا إلى طرف منها سالفا .

ولا تخلو وسيلة اتصالية من تأثيرات سلبية بجانب التأثيرات الإيجابية المتعددة ، فكثير من الدراسات رصدت تأثيرات التليفزيون على السلوك العدواني لدى الأطفال على سبيل المثال ، كما رصدت غيرها التأثيرات الاجتماعية السلبية للتليفزيون مثل النيل من الترابط الأسري ، والمساعدة في ما يسمى ب (الخرس المنزلي) ، فضلا عن التأثيرات السلبية على الثقافة والتقاليد والقيم السائدة من خلال تكريس التبعية والهيمنة والتغريب كما أشارت دراسات أخرى .

---

[1] د. رضا عبد الواجد أمين ، مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في التعريف بالنبي محمد (ص) ، دراسة ميدانية بالاعتماد على نظرية (الإنماء الثقافي) دراسة مقدم إلى مؤتمر الحوار وأثره في الدفاع عن النبي (ص) (جامعة الإمام محمد بن سعود ؛ 2013) قيد التحكيم

ومن التأثيرات السلبية لموقع تويتر ، وربما يشترك معه كثير من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ما يلي :

1-نشر الأخبار الكاذبة أو غير الدقيقة :

وهي من أبرز الإشكاليات المتعلقة بموقع تويتر ، وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام ، وسواء صدرت هذه الأخبار من حسابات شخصية أو حسابات لبعض المؤسسات الإعلامية فإن الهدف من نشر هذه الأخبار يكون كالتالي :

(أ) إما أن تكون محاولة من صاحب الحساب لتحقيق انفراد وسبق إعلامي ليحظى بنسبة تفاعل كبيرة ، ويزيد عدد متابعيه ، وذلك على حساب التحقق والتثبت من صدقية الخبر .

(ب) وإما أن يقصد صاحب الحساب توظيف الأخبار الكاذبة لخدمة أهداف معينة ، خدمة لاتجاهه الفكري أو السياسي ، أو تدعيما لموقف الطائفة التي ينتسب إليها ، أو الاتجاه الذي يعبر عنه .

ويعد نشر الأخبار الكاذبة من أسوأ ما يجنيه الإعلام بشكل عام ، و الإعلام الاجتماعي بشكل خاص نظرا لسرعة الانتشار عبر العالم ، وبالإضافة إلى أن الكذب الإعلامي قيمة سلبية مرفوضة في كل المواثيق الإعلامية فإنها مجرمة في المنظور الديني ، حيث الأوامر الإلهية بالالتزام بالصدق ، قال تعالى :

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا الـلـهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ)1

كما حث القرآن الكريم المؤسسات الإعلامية والأفراد إلى تحري الدقة في نقل الأخبار ، والتثبت من صحتها ، حتى لا تـؤدي نشر الأخبـار الكاذبـة إلى عواقب وخيمة ، قال تعالى :

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِـقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُـوا أَنْ تُصِـيبُوا قَوْمـاً بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ)2

ولا يعفى من المسئولية الدينية والأخلاقية المغردون في تـويتر الـذين يتنـاقلون الأخبـار الكاذبـة ، لأن الأمـر بالتثبـت والتحقـق واضـح في الآيـة الكريمة ، كما لايعفي من المسئولية سهولة إعـادة التغريـد ، أو التـدوين في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي .

2- استخدام تويتر في إثارة النعرات والفتن الطائفية :

من المهم الإشارة إلى أن السلبيات التي نتحـدث عنهـا في هـذا الجـزء مـن الكتـاب ليسـت وصـفا للموقـع ذاتـه ، بقـدر مـا هـي توصـيف للاستخدامات السلبية لمواقـع التواصـل الاجتماعـي ، فـالشيء نفسـه يمكـن توظيفـه إيجابيـا لصـالح المجتمـع ، أو توظيفـه بشـكل يضر بـالأفراد والجماعات والمجتمع بأكمله .

والملاحظ أنه ومع زيادة وتيرة الخطاب الطائفي في عدد من دول العـالم

[1] سورة التوبة ، الآية رقم 119

[2] سورة الحجرات ، الآية رقم 6

الإسلامي انعكاسا للأحداث السياسية التـي شـهدتها المنطقـة العربيـة منـذ دخول الاحتلال الأمريكي للعراق ، وتمكين إيـران سياسـيا في العـراق ، ومنـذ اندلاع الاحتجاجات التي أعقبت ما عرف ب (الربيع العربي) في عدد مـن الدول التي تضم طوائف مختلفة مثل الكويت والعراق والبحـرين ولبنـان تم توظيف بعض مواقع التواصل الاجتماعي ومنها تويتر لخدمـة الأهـداف الطائفية ، وبما يعمق الخلافات بـين أطيـاف المجتمـع ، وانـتشر مـا يمكـن تسميته بالتقوقع الذاتي الطائفي ، وأدت هذه المواقع دورا مؤثرا في تعميق الانقسام بين المجتمع وذلك مـن خـلال انتشـار عـدد مـن الحسـابات عـلى تويتر وغيره تسـب الطوائـف الأخـرى ، وتشـعل نـار الفرقـة والانقسـام في المجتمع الواحد .

3- **انتشار الحسابات الوهمية على تويتر :**

وهي الحسابات ذات الاسم المستعار أو الوهمي ، وقد اثبتت دراسة أجراها معهد ستيفز للتكنولوجيا أن هناك ثلاث طرق للتحايل في تويتر :

أ- التحايل من أجـل الحصـول عـلى المـال ، ومثـال ذلـك إيهـام المغرد بأن الدخول والتسجيل في الموقع ودفـع رسـوم الاشـتراك سـوف يـدر عليه أرباحا مقابل العمل معهم من المنزل .

ب- التغريدات الإعلانية (السبام spam) عبر الهاشتاج ، وأبسـط أمثلتها هو إغراق الهاش تاج بإعلانات وروابط لمواقع أو منتجات .

ج- التصيد ، وأبسط أمثلته هو إرسال رسائل خاصة بعد اختراق

الحساب تتضمن بعض العناوين الجذابـة ، مـع رابـط يقـوم بعـد الضـغط عليه باختراق حساب المرسل إليـه ، وإعـادة إرسـال هـذه الرسـالة لجميـع المتابعين .1

وفي دراسة أخرى قام بها أربعة باحثين وقامت تـويتر نفسـها بـدعم الدراسة بعنوان (من الـذي يغـرد في تـويتر إنسـان أو روبـوت ، أو خلـيط بينهما) وأجريت الدراسة على نصـف مليـون حسـاب ، تقـول الدراسـة إن حالة المغردين في تويتر هي ثلاث حالات :

الحالة الأولى : إنسان Human

وهي الحسابات الحقيقية للمستخدمين العاديين .

الحالة الثانية : روبوت (إنسان آلي) Bot :

وهي حسابات تدار عبر روبوتات وسيرفرات تقوم بكل مـا يقـوم بـه المستخدم العادي من التغريد والريتويت والمتابعة وإلغاء المتابعة ، ويمكـن لهذه الروبوتات أن تدير عددا هائلا من الحسابات ، وتغذيها بالتغريدات ، وتجدول وقت ظهورها ، ويوجد لهذه الخدمة استخدام إيجـابي ، يتمثـل في ربط المواقع الإخبارية والمدونات وما شابهها مع هـذا الروبـوت لـكي يقـوم بنشر رابط كل جديد على هذه المواقع على تويتر ، وهو ما يسمى feed .

---

[1] أسامة المحيا ، الحسابات الوهمية وإغراق الهاشتاج عبر تويتر ، (مارس 2013 م) متـاح عـلى الإنترنت على هذا الرابط:
https://docs.google.com/a/ku.edu.bh/file/d/0B26IhesCjPxCX3R0S09qX3ZOUFE/edit ، تاريخ التصفح 6 مايو 2013 م

الحالة الثالثة : Cyborg

وهي حسابات خليط بين الروبوت والإنسان ، وهي إما أن تكون روبوت معتمد على إنسان أو العكس ، وهذا ما يفعله البعض ، إذ يقوم بالتغريد بنفسه ويتفاعل مع الآخرين ، ويقوم أيضا بالاشتراك في إحدى الخدمات التي تقوم بجدولة نشر بعض التغريدات نيابة عن صاحب الحساب الذي ربما يكون بعيدا عن حسابه.

وقد أشارت دراسة أسامة بن مساعد المحيا (2013)[1] إلى بعض المعايير للحكم على الحسابات بأنها وهمية ، منها :

(1) التشابه والتقارب في عدد التغريدات بشكل كبير .

(2) التشابه والتقارب في مضمون التغريدات لكل مجموعة من الحسابات

(3) عدم وجود نبذة موجزة للتعريف بالحساب في الحسابات المرصودة بأنها حسابات وهمية .

(4) تشابه هذه الحسابات في عدد ونوعية المتابعة .

(5) جميع التغريدات الصادرة من هذه الحسابات تشارك في نوعية

[1] أسامة المحيا ، الحسابات الوهمية وإغراق الهاشتاج عبر تويتر ، (مارس 2013) ص 10 ،متاح على الإنترنت على هذا الرابط:
https://docs.google.com/a/ku.edu.bh/file/d/0B26IhesCjPxCX3R0S09qX3ZOUFE/edit ، تاريخ التصفح 6 مايو 2013 م

محددة من الهاشتاجات فقط ، وليس لها أي تواصل مع حسابات أخرى .

(6) أن عدد من هذه الحسابات لا يتابعها أي شخص ، ومع ذلك فإن عدد تغريداتهم تتراوح بين (40-150 تغريدة) بما يوحي أنها ليست حسابات شخصية لأشخاص حقيقيين ، إذ لا يمكن تصور شخص يستمر في التغريد وعدد متابعيه صفر .

(7) أن الحسابات الوهمية تتطابق في توقيت النشر لكل مجموعة من التغريدات .

(8) ليس لهذه الحسابات أي تفاعل مع المستخدمين الآخرين .

وقد هدفت دراسة أسامة المحيا (2013م) السابق الإشارة إليها إلى الكشف عن بعض الحسابات الوهمية في ترة زمنية معينة ، وتوصلت إلى اكتشاف عدد من هذه الحسابات التي تروج للشائعات على نفس الهاشتاج وفي نفس التوقيت ، وبأسماء وصور مزيفة ، وأحيانا منتحلة من مواقع تواصل اجتماعي أخرى مثل الفيس بوك .

وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هذه الحسابات الوهمية التي عبرت عن وجهة نظر معينة من بعض القضايا كان مصدرها واحد ، وأن هذه الحسابات تسعى لإغراق تويتر بمحتوى ذي اتجاه واحد ، ووفقا لنظرية التأطير التي تتحدث عن تشكيل وسائل الإعلام لمعارف الجمهور واتجاهاته تجاه قضايا معينة ، حيث يحرص أولئك على حمل الآخرين تجاه رؤية معينة تتسق وما يسعى له من أهداف ، سواء عبر عنها أم لم يعبر عنها ،

وذلك يظهر في المحتوى الذي يقدم عبر تويتر بشكل متعمد بالحذف والتجاهل والإغفال المقصود من القائم بالاتصال لكي تؤثر في جماهير المتلقين في إطار ثقافي أو اجتماعي ، ويكفي أن يتابع المرء عددا من هذه التغريدات ليكتشف كيف يبذل أولئك جهدا أكبر لإيهام الجمهور بأن هذه القضية ينبغي أن يؤمن بها المرء وفقا للمعلومات التي يضخها ويتبناها .

كما بينت الدراسة إلى أن هذه الحسابات الوهمية تمتلك القدرة الكافية لإشغال الهاشتاجات بأفكار سلبية من قبل من يرغب بتحويل اتجاه الجمهور المستخدم لهذه الهاشتاجات نحو قضية أو معلومة معينة تجاهها ، وبالتالي فإن من يستخدمها يميل إلى أن يشارك في عملية التأطير من خلال إبراز جوانب معينة وإغفال جوانب أخرى، وهذا الزخم من التغريدات ربما يمنح الهاشتاجقوة تجاه رأي معين يتوهمه البعض ، كما أن بعض البحوث المهتمة في نظرية التأطير تفترض أن الإطار والسياق الذي وضعت فيه هذه المعلومات والاتجاهات يمكن أن تسيطر على الرؤية تجاه أمر معين لمدة زمنية طويلة [1].

واستنتجت الدراسة أن مثل هذه التغريدات ، وما تتسم به من كم هائل وزخم واسع عبر حسابات وهمية ربما تصنع ضجيجا يسهم في التشويه على رؤية كثير من الناس ، وربما يخلق الإغراق بهاشتاجات معينة لخدمة

---

[1] أسامة المحيا ، الحسابات الوهمية وإغراق الهاشتاج عبر تويتر ، (مارس 2013) ، مرجع سابق ،ص 10 .

اتجاه ما توازنا وهميا في الطرح بين المؤيدين والمعارضين ، إذ يوهم أن الكفة متساوية بين الطرفين ، والحقيقة التي تكشف عنها الدراسة أن هذه الحسابات الوهمية بأعدادها الهائلة هي من تمثل أغلب أحد الاتجاهين ، وبالتالي فهي رأي مصنوع يراد به أن يتبناه آخرون ، أو أن يعتقدوا ويؤمنوا ببعض تفاصيله .[1]

4- نشر الشائعات حول الأشخاص والموضوعات المختلفة :

ويعد تويتر مرتعا خصبا لنشر الشائعات ، نظرا لسهولة وصولها إلى مستخدمين كثر في ظرف زمني قصير ، وتعتمد على الحسابات الوهمية والمصطنعة ، وغالبا ما يهدف مروجوها إلى تمرير فكرة ما ، أو زرع البلبلة بين الجماهير .

فالشائعة إذا هي عبارة عن رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة يتم تداولها عبر تويتر أو غيره من مواقع التواصل الاجتماعي ، وهي مطروحة لكي يصدقها الجمهور دون أن تتضمن مصادرها ، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية ، وبعضها يشتمل على نواة من الحقيقة ، لكن معظمها مختلق ، ودوافعها إما أن تكون نفسية أو سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية ، وأهدافها غالبا سلبية ، وتتعرض أثناء تداولها للتحريف بالزيادة أو النقصان ، غير أن معدل الزيادة دائما أكبر من معدل النقصان ، فالشائعة مثل كرة

---

[1] المصدر السابق ، ص 39

الثلج التي تتزلق على سطح جليدي1 .

ويعد التأكد من صحة الأخبار واحدا من اأكبر التحديات التى تواجه مستخدمى المواقع الاجتماعية.

لذلك يعمل المطورن على محاولة تطوير خوارزمية يمكن استخدمها لتقييم مصداقية الخبر أثناء الكوارث ، والفكرة ان أجهزة الكمبيوتر يمكنها بسرعة وتلقائياً ان تجرى تقييما أوليا حول مصداقية المصدر ، وقد أظهرت الأبحاث ان الشائعة عادة تكون متبوعة بعلامة استفهام او علامة تعجب ، وقد قام المطورون بتطوير خورازمية تعتمد على 16 طريقة لتقييم مصداقية الخبر فالتويتة التى تحوى خبرا صحيحا تميل لأن تكون أطول ، وتشمل روابط لمواقع ، والأشخاص الذين يكتبون الخبر يكون لهم العديد من المتابعين followers ، ولا تحوى علامة تعجب أو استفهام أو ضمير غائب ولا تحوى كلمات بذيئة.2

وتبقى هذه المحاولات التقنية للحد من انتشار الشائعات شكلا من أشكال توعية الجماهير للتفريق بين الخبر والشائعة ، وإن كان مروجي الشائعات من الحيلة والحرص ما يجعلهم يتجنبون معظم الاشتراطات السابقة .

ومن أساليب مقاومة الشائعات في تويتر أيضا إنشاء هيئة لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية ، ولها

---

[1] د. محمد عثمان الخشت ، الشائعات وكلام الناس (القاهرة : مكتبة ابن سينا ، 1996م) ص 12

[2] أخبار التقنية ، خوارزمية لدحض الشائعات على تويتر ، متاح على الإنترنت في الرابط : http://www.akhbar-tech.com

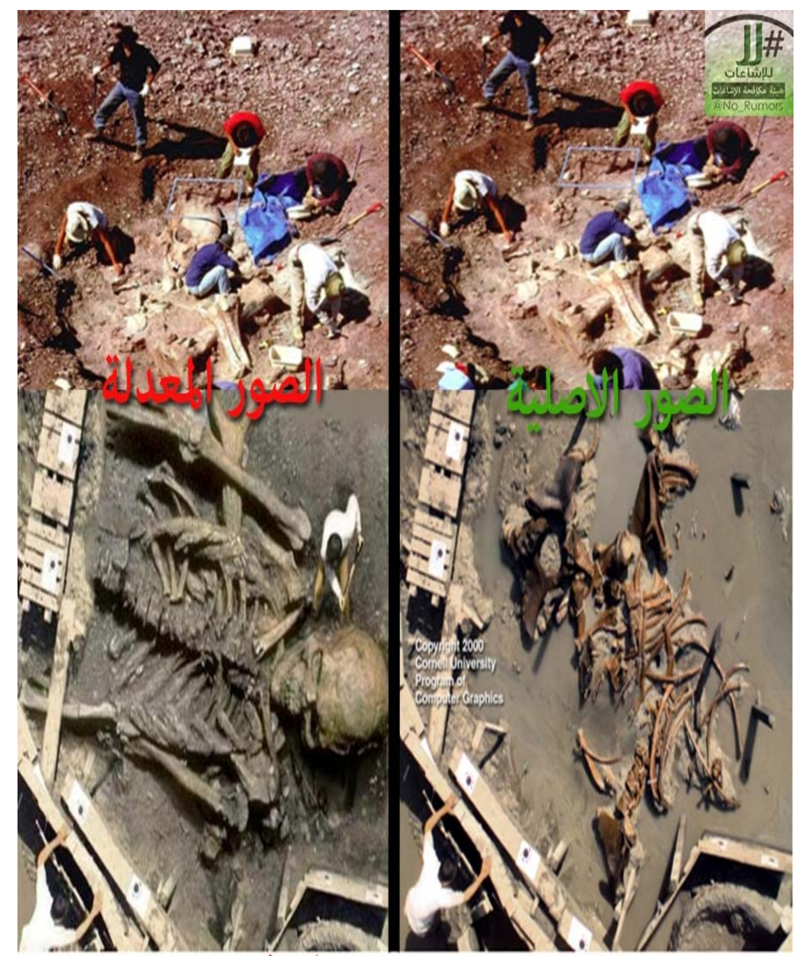
تاريخ التصفح 6-5-2013 م

حسابات على تويتر والواتس أب ولها مدونة تفند فيها شـائعات الإنترنـت والإعـلام الجديـد ، وكتبـت في حسـابها عـبر تـويتر أن هـدف وجودهـا في المجتمـع الافـتراضي تعزيـز ثقـة المسـتخدم بـالإعلام الجديـد مـن خـلال استيراتيجية عامة لمكافحة الشائعات والتحـذير منهـا ، ولـذلك أنشيء هـذا الحساب ليثري الثقافة الرافضة لهذه العادة المنتشرة .[1]

ومن نماذج الشائعات التي قامت الهيئـة بتفنيـدها بالصـور وإضـافة الشروح عليهـا ، والمقارنـة بـين الصـور الحقيقيـة والصـور المعدلـة ببرنـامج الفوتوشوب :

- في أبريل 2013 م كـذب الموقـع الصـورة التـي انـتشرت عـبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وقيل إنها جثث لقوم عاد ، وتبـين أنهـا نتيجـة لصور مسابقة بالفوتوشوب للتعديل على صور حفريـات جامعـة كورنيـل ، وأنها شائعة عالمية ، وأنها موجودة منذ 2002م .

[1] حساب هيئة مكافحة الشائعات في تويتر : https://twitter.com/No_Rumors



الصور انتشرت في السعودية عن طريق الايميلات سنه ٢٠٠٥ وظهرت للمرة الأولى في أكتوبر ٢٠٠٢ نتيجة مسابقة فوتوشوب امريكية للتعديل على الصور الاصلية لحفريات عام ٢٠٠٠ لجامعة كورنيل لهيكل عثر عليه لحيوان يسمى الماستودون.

- وفي أبريل 2013 م قامت الهيئة بتكذيب شائعة تزعم أن بائع عصير سوري يعمل بالرياض تم القبض عليه لبيعه عصير التوت الممزوج بالزجاج ، ولما تم القبض عليه قام بالتحية للعلويين في السعودية وقال : (راح نذبحكم واحد واحد يا السعوديين) ، وانتشرت التغريدة السابقة مع نشر صورة حقيقية لبائع عصير سوري ، وفي تكذيب الشائعة تم تسجيل فيديو مع البائع السوري صاحب الصورة وهو ينفى جملة وتفصيلا هذه الشائعة



بالإضافة إلى تفنيد كثير من الشائعات مثل شائعة زيادة الرواتب المهورة بقرار رسمي من السلطات ، وانتهاء بنشر صور لبعض المنتجات التي تسبب الوفاة ..الخ

وهناك بعض الأمور التي تزيد في تهيئة الأجواء لانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، منها :

(1) أهمية الموضوع : ويقصد به أهمية الموضوع الذي تدور حوله الشائعة بالنسبة لكل من المغرد والمتابع ، فإذا كانت ثمة أهمية حقيقية للموضوع فإن هذه تعني أن شرطا أساسيا من شروط حياة الشائعة قد توافر .

(2) الغموض : بمعنى غياب المعلومات الدقيقة والكافية عن موضوع الشائعة ، ومن ثم تتكون بيئة خصبة للاجتهادات التفسيرية والتخمينات

العقلية التي تحاول فك شفرة الغموض عن موضوع الشائعة ، وترجع العوامل التي تصنع غموضا حول موضوع ما إلى الأسباب الآتية :

- نقص المعلومات
- تضارب المعلومات وتناقضها
- عدم القدرة على فهم المعلومات المقدمة نظرا لعدم وضوحها أو لخلل في ملكات الفهم
- عدم الثقة في مصادر المعلومات 1

(3) الاستعداد النفسي والعقلي : فالأشخاص الأسوياء ذوي التكوين النفسي المتوازن والصحة العقلية ذات النزعة النقدية ليسوا عرضة لنشوء الشائعات وتداولها بينهم حتى لو توافر عاملا الأهمية والغموض في الموضوع ، حيث إن الموضوع المهم الذي حوله غموض لن يدفعهم إلى تكوين شائعات أو إلى تقبلها إذا نشأت من مصدر آخر لأنهم على معرفة بطبيعة ظهور الشائعات والقانون الذي يحكمها ، ولا يدونون أو يعيدون تغريد أخبار إلا إذا كانت مدعمة ببراهين صدقها ، وعلى النقيض من هذا فإن الأشخاص ذوي الاستعداد النفسي والعقلي لتقبل الشائعات هم الذين يمثلون بهذا الاستعداد العامل الثالث في حياة الشائعة . وبتوضيح أكثر فإن حالات التوتر والقلق والقابلية للحسد والإسقاط النفسي والتركيبة العقلية غير النقدية هي ما يمثل العامل الثالث من عوامل انتشار الشائعات.

---

[1] د. محمد عثمان الخشت ،مصدر سابق ، ص 14

5- من سلبيات تويتر : انتهاك الخصوصيات :

على الرغم من أن كثيراً من مقدمي خدمات الشبكات الاجتماعية يحرصون على مِلكية المستتخدمين للمحتوى الذي يضعونه على الإنترنت، فإن معنى "مِلكِية" البيانات قد يكون محل شك في واقع الأمر، حيث تحتفظ الشبكات الاجتماعية لنفسها بحق تعديل المحتوى أو نشره أو توزيعه حسب ما يتراءى لها.

ويتأتى انتهاك الخصوصية من النفاذ دون إذن إلى معلومات لها طابع الخصوصية، وقد لا ينشأ ذلك بالضرورة من اختراق للأمن، على سبيل المثال، بعض مواقع شبكات التواصل الاجتماعي - التي يكون المستخدمون قد وافقوا على مِلكِيتها لبياناتهم الشخصية - يمكن ان تقوم هذه الشبكات بعد ذلك بتقديم هذه البيانات إلى الباحثين الأكاديميين وشركات التسويق أو أي جهات أخرى .

ومن الواضح أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من الأهداف المغرية لاختراق الخصوصية والأمن. ويستطيع أي شخص يخترق أمن أي موقع الحصول بسهولة على معلومات ذات طابع شخصي – ومهمة – عن عدد كبير من مستخدمي الشبكة.

ويمكن الحصول على البيانات و استغلالها - وبيعها - المرة بعد الأخرى. وطبقاً لمعهد الأمم المتحدة الإقليمي لبحوث الجريمة والعدالة (UNICRI) تعتمد قيمة البيانات الشخصية التي تتعرض للسرقة أساساً على بلد الإقامة، ففي شهر مارس 2010، كانت مجموعة البيانات

الشخصية تساوي في المعتاد نحـو 7 دولارات أمريكيـة في السـوق السـوداء العالمية. ويمكن أن تكون قيمـة البيانـات الشخصـية التـي تحـتفظ بهـا أي شبكة اجتماعية تضـم الملايـين مـن الأعضـاء كبـيرة جـداً في حالـة الجـرائم السيبرانية1.

وفي ظل غياب الـوعي بالخصوصـية وقـوانين املكيـة الفكريـة عربيـا فمـن المتوقـع أن يتعـرض الكثـيرون مـن المسـتخدمين لانتهـاك المعلومـات والبيانات الخاصة ، وربما توظيفها لغير صالح المستخدمين.

6- إمكانية استخدام الموقع للتجسس :

فكثير من التقارير تشير إلى أن فضـاءاتنا الإلكترونيـة مسـتباحة ، وأن المؤسسات المخابراتية الكبرى في العالم تصمم البرامج المختلفة التـي تمكنهـا من تصنيف المغردين ومستخدمي مواقـع التواصـل الاجتماعـي ، وتسـتقي الكثير من المعلومـات مـن حسـاباتهم الخاصـة دون أن يـتمكن أحـد مـن كشف عملية التجسس.

فقد أشارت جريدة تليجراف البريطانية في مارس 2011م إلى أن وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاجون) اشترت برنامجاً جديـداً للتجسـس عـلى مواقـع وشبكات التواصل الاجتماعى، حيث يقوم البرنامج باصـطناع هويـات مزيفـة للدخول على هذه المواقع يتسلل عن طريقها إلى المستخدمين الـذين يشـتبه

[1] أي تي يو نيوز ، الشبكات الاجتماعية ، هل ذهبت الخصوصية إلى غـير رجعـة ؟ ، متـاح عـلى الإنترنت ، في الرابط : https://itunews.itu.int/Ar/Note.aspx?Note=1136 بتـاريخ 5-5-2013

فى كونهم إرهابيين أو متشددي، . وقالت الصحيفة فى موقعها الإلكترونى إن البرنامج الذى طورته شركة "إن تريبيد" فى سان دييجو بلغت تكلفته 2.7 مليون دولار ويسمح لأى مستخدم فى الجيش بالقيام بتسجيل حسابات بهويات متعددة على الإنترنت والانخراط فى محادثات واتصالات إلكترونية مع المشتبه فيهم.

ومن المقرر أن يمكن البرنامج المشغلين الإلكترونيين من القيام بإدارة عدد من الحسابات الإلكترونية المختلفة من نفس محطة العمل دون الخوف من اكتشافهم بواسطة منافسين متطورين. وقال متحدث باسم منطقة القيادة المركزية الأمريكية التى تتضمن الشرق الأوسط وباكستان وأفغانستان أن مخطط الحرب النفسية يطبق فقط فى المواقع الاجتماعية الأجنبية، وقال: نحن لا نستهدف المواطنين الأمريكيين، ولا نجرى هذه الأنشطة على المواقع التى تملكها شركات أمريكية، مشيراً إلى أن التسللات لن تجرى باللغة الإنجليزية لكن باللغات العربية والأردية والبشتوية1.

7- ومن الآثار السلبية لتويتر **العزلة الاجتماعية و والإدمان** :

تبدأ مقدمات الانعزال الاجتماعي بعملية الاستغراق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وتعني مواجهة التحديات لتنفيذ المهام التي

---

[1]وكالة أنباء الشرق الأوسط ، تليجراف : البنتاجون يشتري برنامج تجسسات للمواقع الاجتماعية (مارس 2011) متاح على رابط عرب نت 5 :
http://www.arabnet5.com/computer-internet-news.asp?c=2&id=82336تاريخ التصفح 6-5-2013م

يسعى الفـرد إلى تحقيقهـا مـن خـلال الاسـتخدام ، وفي هـذه الحالـة فـإن الاستخدام يتم لتحقيق العديد من الوظـائف التـي تؤديهـا هـذه المواقـع ، وإذا كانت الفردية في الاسـتخدام تـدعم مفهـوم العزلـة الاجتماعيـة للفـرد المستخدم عن البيئة المحيطة به ، اكتفاء بالحاسب الآلي أو الهاتف الذكي أو الحاسوب اللوحي والبرامج والتطبيقات المختلفة ، فـإن الاسـتغراق في هـذا الاستخدام قد يترتب عليه آثار صحية سلبية ، مثل التأثير في قـوة الإبصـار ، وتـأثيرات الجلسـات الطويلـة غـير الصـحية مـع الأجهـزة أثنـاء الاسـتخدام والتجوال ، بالإضافة إلى الاستخدام غير الآمن لمواقع التواصل الاجتماعـي في الشوارع والمحال التجارية وفي إشارات المرور ، بل وأثناء قيادة السيارات .

ويفـوق مفهـوم الاسـتغراق في الاسـتخدام كثـيرا الكثافـة الشـديدة للتعرض إلى مواقع التواصل الاجتماعي ، التـي تتـأثر درجاتهـا كثـيرا بالبيئـة المحيطة والمعرفة المسبقة بالمواد الإعلامية ، بيـنما يعتـبر الاسـتغراق علاقـة بين المهارات التي يكتسبها الفرد للاستخدام ، والتحديات التي يواجهها أثناء الاستخدام 1 .

8- من سلبيات تويتر – ومواقع التواصـل الاجتماعـي بشـكل عـام – الإساءة للغة العربية من بعض المستخدمين :

ففضلا عن استخدام الـلـهجات المحلية الخاصة بكل بلد عـربي ، فـإن

[1] د. محمد عبـد الحميـد ، الاتصـال والإعـلام عـلى شـبكة الإنترنـت (القـاهرة : عـالم الكتـب ، 2007م) ص 38

البعض الآخر يكتب اللغة العربية بـالحروف اللاتينيـة وهـي مـا يسـمى (الفرانكوأراب) مع تحويل بعض حروف الأبجدية العربيـة التـي لـيس لهـا نظير في الإنجليزية إلى حروف ، وقد شاع استخدام هذه الطريقـة في كتابـة العربية بين فئة الشباب ومن لا يمتلكـون لوحـة مفـاتيح في حواسـيبهم أو هواتفهم تدعم اللغة العربية ، ويـرى الـبعض أن ذلـك يمثـل إسـاءة للغـة العربية وطريقـة كتابتهـا ، وينـال مـن الاعتـزاز بـالانتماء اللغـوي العـربي ، ويكرس من عقدة (الخواجـة) لـدى بعـض مسـتخدمي مواقـع التواصـل الاجتماعي من العرب .

وإجمالا يمكن القول بأن أبرز إشكاليات موقع تويتر :

1- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانـات والمعلومات التي تحويها بعض المواقعفي ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصـل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.

2- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عـدم المسـاس بـالقيم الدينيـة والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.

3- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.

4- عدم التوازن بين حجم ونوعيـة الرسـائل الإعلاميـة الموجهـة وبـين استعداد المتلقي لها، فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

5- تفتيت دائرة التلقي، والتركيـز عـلى مخاطبـة الأفـراد والجماعـات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.

6- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية .

نصائح لمستخدمي تويتر ومواقع التواصل الاجتماعي 1:

كثير منا يبدأ في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ، ثم يكتشف أنها سرقت وقته (الاستغراق)، وأنه قضى ساعات طويلة وهو يتجول في تويتر وفيس بوك وغيرهما ، يقرأ لهذا ، ويعلق على ذاك ، ويدون ملاحظة هنا ، ويبدى إعجابا بتدوينة لأحد الأصدقاء ، والبعض يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات خاطئة ، كمن يستخدمها أثناء قيادة السيارة ، خاصة في ساعات الازدحام المروري ، أو أثناء التوقف في إشارة المرور ، والبعض ممن يعملون في بعض المؤسسات قد يترك عمله الرئيسي ليتجول بين الحين والآخر في تلك المواقع ، حتى صارت مواقع التواصل الاجتماعي في بعض الأحيان معوقا من معوقات ممارسة الحياة الطبيعية لدى البعض .

وليس الحل إطلاقا في مقاطعة تطبيقات الإعلام الجديد ، أو إلغاء الحسابات الخاصة بنا عليها ، وإنما الحل يكمن في اتباع مجموعة من النصائح والإرشادات التي تحاول اجتناب سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي – وهي كثيرة – كما تحاول تدعيم الجوانب الإيجابية – وهي كثيرة أيضا – وصولا إلى استخدام أمثل لها ، ومنها :

أولا : ينبغي التخطيط للوقت الذي يقضيه الفرد أمام تلك المواقع

[1] د. رضا أمين ، نصائح لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، مقال منشور بجريدة الوطن البحرينية ، على جزأين بتاريخ 29 فبراير 2012م ، و2 مارس 2012م

بشكل خاص ، وأمام شبكة الإنترنت بشكل عـام ، حتـى لا تلـتهم الوقـت ، ونصل إلى مرحلة ما يسمى ب (إدمان مواقع التواصل الاجتماعـي) ، كـما ينبغي تحديد هذا الوقت أيضا ، وليس هناك وقت مثالي للتصفح اليومي ، وإنما تحدده طبيعة عمل كل شخص ، ولكن بصـفة عامـة يمكـن تخصـيص ساعة أو ساعة ونصف أو ساعتين يوميا ، ويفضـل أن تكـون مقسـمة عـلى فترات تشمل بداية اليوم ووسطه وآخره ، والالتزام بها قدر الإمكان .

ثانيا : تجنب تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أثناء قيادة السـيارة ، لأنها مسألة في غاية الخطورة حتى لو كان الطريق مزدحما ، واستعض عـن ذلك بالاستماع إلى أي مادة مسموعة كالراديو مـثلا ، فكثـير مـن الحـوادث يكون سببها عدم التركيز الكامل أثناء القيادة ، بسبب تشتيت الانتباه .

ثالثا : حاول أن تحدد هدفك من تصفح شبكات التواصل الاجتماعـي ، حتى تستطيع تلبيته بشـكل سريـع ، هـل هـو معرفـة آخـر الأخبـار ، أو مطالعة حسابك الخاص والمتفاعلين معك عليه والاطـلاع عـلى الرسـائل ، أو مطالعة ما يدونه الأصدقاء والتعليق على بعـض كتابـاتهم ، عـلى أن يكـون ذلك مرتبطا بالوقت ، لأنه لو تركت لنفسـك أن تعلـق عـلى كـل مـا يكتبـه الأصدقاء ربما لا تكفـي الأربـع وعشريـن سـاعة في اليـوم عـلى ذلـك ، ولأن هناك الجديد دائما الذي يكتبونه .

رابعا : احرص على أن لا تسرف في الكتابة عن الأمور الشخصية التـي تمثل أدق الخصوصيات ، حتى لا يستغلها البعض اسـتغلالا سـيئا ، وحـافظ دائما على أسرارك على تلك المواقع ، واحم كلمة السر الخاصة بك ، وخاصـة إذا قمت بالدخول عليهـا مـن الأمـاكن العامـة مثـل حاسـوب المطـار مـثلا

، فعليك أن تقوم بإتمام عملية الخروج بعد التصفح .

خامسا : احرص على أن لا تستخدم شـبكات التواصـل الاجتماعـي في أوقات العمل الرسمي ، لأن ذلك مخالف لعقد العمل بينك وبين المؤسسة ، حتى وإن لم ينص على ذلـك ، لأن تبديـد وقـت العمـل في التعـرف عـلى جديد الأصدقاء هو بالقطع في غـير مصـلحة العمـل ، إلا إذا كانـت طبيعـة عملك تحـتم عليـك دخـول تلـك المواقـع لممارسـة بعـض الأمـور المتعلقـة بالعمـل ، كـأن تقـوم بإضـافة الأخبـار عـلى حسـاب المؤسسـة في مواقـع التواصل ، أو تقوم بالرد على المتفاعلين عبر حساب المؤسسة.

سادسا : تجب مراقبة الأطفال والمـراهقين ، ومتابعـة حسـاباتهم بـين الحين والآخر ، من قبل الآبـاء والأمهـات للإطمئنـان عـلى أنهـم لا يسـيئون استخدام تلك المواقع والشبكات ، وبأسلوب لا يفسر هذه الرقابة بأنه نـوع من تقييد الحريـات ، أو كبـت الآراء ، ويجـب تعلـيم الأبنـاء عـلى الحريـة المسئولة ، ويكون ذلك عن طريق ضرب المثل ، كأن يقوم الأب أو الأم بفتح الحساب الخاص بأحدهما أمام الأبناء ، وتعليمهم طريقة الاستخدام الآمن .

سابعا : يفضل البعض عدم الموافقة عـلى صـداقة الأشـخاص الـذين لا نعرفهم في الحياة الطبيعية أو الواقعيـة ، وهـو أمـر محـل خـلاف ، إذ تمثـل الفضاءات الإلكترونية فرصة للتعرف على أشـخاص جـدد ، قـد يشـاركوننا في اهتماماتنا ، أو نستفيد منهم ونفيدهم في مجالات مختلفة في الحيـاة ، لكـن بشكل عام يفضل عدم الموافقة على صداقة الذين يدونون بأسماء مسـتعارة ، دون أن تتوفر لدينا معلومات كافية عن أهدافهم أو توجهاتهم .

ثامنا : إذا قمت بالكتابة في حسابك ، سواء في فيس بوك أو تويتر ، أو غيرهما فعليك أن تكتب ما تراه مفيدا لغيرك ، وليس مجرد ملء مساحة افتراضية شاغرة بأي كلمات ، ربما تكون سببا لضجر أصدقائك ، وعليك أن تعلم أن للكلمة تأثير كبير ، فإن كانت كلمة طيبة تكون سببا في نشر شيئ طيب ذي قيمة ، وإن كان كلاما سيئا أو (خبيثا) فإن عددا لا محدودا من الآثام ستلحق بك ، فالكلمة إما أن تكون لك ، أو عليك .

تاسعا : احرص على أن لا تستخدم عبارات السب والقذف والشتم ،أو الكلام الحاد وأنت تعبر عن وجهة نظرك في القضايا المختلفة ، فالإنسان المتحضر هو الذي يستطيع ضبط سلوكه ، حتى مع معارضيه ، واعلم أن صاحب الموقف القوي لا يلجأ أبدا إلا عبارات السب والقذف ، بينما يلجأ إلى تلك الأساليب الضعفاء والعاجزون عن التعبير عن آرائهم بألفاظ راقية ، ولأن استخدام عبارات السباب تسقطك من عيون أصدقائك ومتابعيك ، وتنال من رصيد الثقة الذي ربما كونته على مدار شهور وسنوات .

عاشرا : إذا قمت بالتعليق على تدوينات أصدقائك فاحرص على أن يكون التعليق مرتبطا بالموضوع الأصلي ، وتجنب استخدام عبارات النقد اللاذع أو المتهكم ، أو العبارات التي تنطوي على سخرية من الأصدقاء أو كتاباتهم ، واعلم دائما أن هذه مواقع تواصل أي هدفها إقامة علاقات اجتماعية طيبة بين البشر ، فلا ينبغي أن يكون ما تكتب سببا لقطع هذه العلاقات في الحياة الواقعية .

حادي عشر : لا تنقل المعلومات التي لست متأكدا من مصدرها ، حتى لا تقع – ربما دون قصد – في فخ الترويج للشائعات والأخبار المغرضة والكاذبة

، التي ربما يقف وراءها من يخطط لـلإضرار بـالمجتمع ، ويسـتعملك لتكـون معول هدم من معاوله، واحرص عـلى انتقـاء الحسـابات التـي تتمتـع بالثقـة والمصداقية للنقل عنها ، وانسب دائما المعلومة إلى مصدرها ، والقول لقائله .

نتائج عامة

يمكن استنتاج أبرز ما توصل إليه الكتاب في النقاط التالية :

أولا : واجهت الدراسات إشكالية هامة ، وهي صعوبة الاتفاق على تحديد مصطلح (الإعلام الجديد) وتحريره علميا بما يجعله واضح المعالم من خلال الصياغات اللغوية القادرة على إيجاد صيغة موحدة لمدلول المسمى ، بل إن بعض الباحثين تحفظ على مصطلحات تستخدم في مجال الإعلام الجديد ، كالإعلام البديل أو الإعلام الشعبي ، وإعلام المجتمع ، وإعلام المواطن ، وإعلام المصدر المفتوح ، وهو ما علله الباحث بالحالة الديناميكية للإعلام الجديد ، التي تختلف تبعا لتطور تطبيقاته وآلياته المتلاحقة ، حيث تبنى التعريفات - في إحدى صورها – على تقديم السمات العامةأو الخصائص للمعرف ، وهو هنا الإعلام الجديد .

ثانيا : هناك خلط بين الإعلام الجديد كمفهوم ارتبط ظهوره ببعض تطبيقات الإنترنت ، وبين الواقع الجديد للإعلام وبيئته التي تتشكل ملامحها في عدد من السمات ، في حين تحفظ البعض على تسمية (الإعلام الجديد) باعتبار أن الجدة نسبية ، وبعض الباحثين اشار إلى أن الإعلام الجديد بدأ حينما اخترع صمويل موريس التلغراف !

ثالثا : يرصد الباحث قضية تأخر التنظير الأكاديمي عن الممارسة المهنية في مجال دراسات الإعلام الجديد بشكل كبير ، وخاصة في البيئة الاتصالية العربية ، ففي حين قطع استخدام مواقع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي شوطا كبيرا إلا أن الدراسات في هذا المجال لا تواكب

التطورات المتلاحقة ، ولا ترصد التغيرات الهائلة في بنية الإعلام الجديد .

رابعا : تواجه الباحثين إشكالية كبرى تتعلق بمدى ملاءمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التى تم استخدامها لدراسة عناصر العملية الإعلامية المبنية على وسائل الإعلام التقليدية ، حيث قامت بعض الدراسات باستخدام بعض هذه النماذج والنظريات لتفسير السلوك الاتصالي في بيئة الإعلام الجديد بعد تطويعها للحالة البحثية ، إلا ن واقع الأمر يشير إلى أن كثيرا من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ، وتآكل النموذج الخطي القديم للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد .

خامسا : إن غالبية الاجتهادات النظرية التي قدمت لتفسير وفهم الحالة الإعلامية الجديدة أتت من المفكرين غير العرب ، حيث أن الإسهام العربي في مجال التنظير يعد محدودا في مجال الإعلام بشكل عام ، وفي جالات الإعلام الحديثة على وجه الخصوص .

سادسا : إن الأطروحات النظرية التي قدمت لفهم طبيعة الإعلام الجديد لم يكن مصدرها اساتذة الإعلام والاتصال بالأساس بقدر ما صدرت عن خبراء وأساتذة ومهتمين بالشق التكنولوجي المتعلق بتقنية المعلومات ، وهندسة الشبكات وتطويرها .

سابعا :التأكيد على أن المؤسسات الإعلامية العملاقة الآن ليست هي مؤسسات الإعلام التقليدية ، ولكن تحولا كبيرا قد حدث في عمل شركات

الاتصالات الكبري إلى ميدان الإعلام الرقمي ، وتحولت هذه الشركات مع شركات الاتصالات كالهواتف إلى مستقطب كبير للاستثمارات الفلكية في مجال الإعلام .

ثامنا : فرقت الدراسة بين أنواع الإعلام الجديد بحسب الوسيلة المستخدمة على النحو التالي :

1: المواقع والتطبيقات التي تعتمد على التواصل مع الأصدقاء وتبادل ومشاركة النصوص والتعليقات والرسوم ، وهي ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي ، مثل الفيس بوك وتويتر وإنستجرام ، ولينكدإن ، وجوجل بلس ، وغيرها من التطبيقات التي يتميز كل منها عن الآخر ببعض المميزات.

2: المواقع التي تقوم على إرفاق الفيديوهات والملفات المصورة ، مثل اليوتيوب

3 : تطبيقات التواصل اللاسلكي مثل الواتس أب ، والبلاكبيري.وغيرها من التطبيقات التي تتزايد يوما بعد يوم .

تاسعا : أن الإعلام الجديد غير كثيرا من المفاهيم ، وأدى إلى تآكل الحدود بين كل من المرسل والمستقبل في العملية الإعلامية ، كما أدى إلى

إنهاء احتكار السلطة للمشهد الإعلامي .

عاشرا : بينت الدراسة أنه للإعلام الجديد تـأثيرات متعـددة في المجـال السياسي والثقافي ، وأصبحت سلطة الإعلام ربما تفوق في بعـض الأحيـان سـائر السلطات ، كما يستخدم الإ'لام الجديد في الحروب بين الدول كسلاح فعال .

حـادي عشر : أن التفاعليـة والجمـع بـين التزامنيـة واللاتزامنيـة، واسـتخدام الوسـائط المتعـددة ، وسـعولة التحـديث والحفـظ والتخـزين ، والعالمية أو الكونية ، وزيادة سقف الحرية ، وانخفاض تكلفـة اسـتخدامه من أهم الخصائص التي يتسم بها الإعلام الجديد .

ثاني عشر : أن هناك إشـكالية في تحديـد ملامـح العلاقـة بـين الإعـلام الجديد والتقليدي ، ففي حين يرى البعض أنها علاقة تكاملية يـرى آخـرون أن الجديد سيحل بديلا – إن عاجلا أو آجلا – عن الإعلام التقليدي .

ثالث عشر : أوضحت الدراسة أن مواقـع التواصـل الاجتماعـي هـي نوع من الإعلام الجديـد واكتسـبت أهميـة كـبرى في الفـترة السـابقة نظـرا لضخامة عدد مستخدميها ، وأهمها فيس بوك ، تويتر ، إنسـتغرام ، جوجـل بلس ، لينكدإن ، وغيرها .

رابع عشر : أثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت أدورا هامة ومؤثرة في أحداث ما يعرف ب (الربيع العربي) وما تلتها من أحداث عصفت بمجتمهاتنا العربية .

خامس عشر : أن موقع تويتر هو تطوير لفكرة التدوين الحر، ولكن بعدد حروف أقل وكلمات وعبارات أكثر تركيزا وقصرا ، وهو ما يتناسب مع إيقاع العصر .

سادس عشر : توصلت الدراسة إلى أنه بدأت تويتر في تقديم الخدمة في 2006 م ، ولكنها لم تدعم اللغة العربية إلا في عام 2012م .

سابع عشر : من أهم مميزات تويتر ووظائفه الإعلامية الوظيفة الإخبارية ، حيث يعمل على مواكبة الأحداث أولا بأول وسهولة الحصول على الأخبار بطريقة آنية ، ولحظة وقوعها ، وأحيانا تكون بعض التدوينات والحسابات الخاصة بالساسة وصناع القرار مصدرا مهما من مصادر المؤسسات الإعلامية للحصول على الأخبار .

ثامن عشر : بينت الدراسة أن هناك فرصا كبيرة لاستمار تويتر في نشر حملات التوعية القيمية ، كما يمكن توظيفه بشكل علمي مدروس ومخطط في مجال الدعوة الإسلامية .

تاسع عشر : حذرت الدراسة من عدد من سلبيات تويتر ، وعلى رأسها نشر الأخبار الكاذبة والشائعات ، وانتشار الحسابات الوهمية لأغراض لا أخلاقية متعددة ، وانتهاك الخصوصيات للأفراد ، واستخدام بياناتها في مجال التجسس .

عشرون : بينت الدراسة أن تويتر يمثل مجالا خصبا لإطلاق الشائعات ، باختلاف أنواعها ، وأن هناك محاولات جادة لمحاصرة هذه الشائعات ، مع التأكيد على ضرورة القيام بعمل حملات إيجابية لخدمة قضايا المجتمع .

المراجع

أولا: الدراسات العلمية

1- د. آمال قرامي ، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من مفهوم الجندر ، ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

2- أسامة المحيا ، الحسابات الوهمية وإغراق الهاشتاج عبر تويتر ، (مارس 2013 م) متاح على الإنترنت على هذا الرابط:

https://docs.google.com/a/ku.edu.bh/file/d/0B26IhesCjPxCX3R0S09qX3ZOUFE/edit

3- ايل بسكين وآندرو ناتشسن ، وسائل الإعلام الناشئة تعيد تشكيل المجتمع العالمي ، مجلة إلكترونيك جورنال ، قضايا عالمية ، وزارة الخارجية الأمريكية ، مكتب برامج الإعلام الخارجي ،المجلد 11 ، العدد 2 ،(آذار ، مارس 2006)

4- د. الصادق رابح ، المدونات والوسائط الإعلامية بحث في حدود الوصل والفصل ، ، دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

5- د. بشرى الراوي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري ، ص 22 ، متاح إلكترونيا على الرابط التالي

www.philadelphia.edu.jo/arts/17th/day_two/session_six/bushra.doc

6- د. بهاء الدين محمد مزيد، "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية ، كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012م

7- د ثريا السنوسي ، صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار ، (تونس : جامعة منوبة ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار)

8- د جاسم جابر ، الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية ، دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية ، دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

9- د.حاتم الصريدي ، الصحف الإلكترونية البحرينية ، دراسة في تقييم واجهة الاستخدام والوصول إلى المعلومات ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

10- د. حاتم العلاونة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري ، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان " ثقافة التغيير" (كلية الآداب ، جامعة فيلادلفيا عمان : 2012)

11- د. رضا عبد الواجد أمين ، الخطاب الإسلامي في المدونات على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر، عدد أكتوبر 2006م

12- د. رضا عبد الواجد أمين ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع

يوتيوب على شبكة الإنترنت ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009)

13- د. رضا عبد الواجد أمين ، حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت ، دراسة مقدمة إلى مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي ، الذي أقامته جامعة الملك سعود ، (الرياض : 15-17 مارس 2009 م)

14- د. رضا عبد الواجد أمين ، صحافة المصدر المفتوح وتأثيراتها على الصحافة الورقية ، ويكيليكس نموذجا ، دراسة مقدمة إلى ندوة المصدر المفتوح في عالم الإنترنت ، المركز العربي لدراسة السياسات، بيروت (4-6 مارس 2011م)

15- د. رضا عبد الواجد أمين ، مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها في التعريف بالنبي محمد (ص) ، دراسة ميدانية بالاعتماد على نظرية (الإنماء الثقافي) دراسة مقدم إلى مؤتمر الحوار وأثره في الدفاع عن النبي (ص) (جامعة الإمام محمد بن سعود ؛ 2013) قيد التحكيم

16- د . زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلةالتربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003

17- د. عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة ، دراسة منشورة في البوابة العربية لعلوم الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت ، رابط البوابة

http://www.arabmediastudies.net/

18- د عباس مصطفى صادق ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفار بوش إلى نيكولاس نيجروبونتي ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

19- د. عبد الله الحيدري ، الإعلام الجديد : النظام والفوضى ،، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

20- د. عبد المحسن بدوي ، مشكلات الإعلام الجديد ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

21- د. عبد الهادي النجار ، اتجاهات الشباب العربي نحو غرف البالتوك دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري والليبي والسوداني ، بحث منشور ضمن وقائع مؤتمر (الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام والاتصال ، القاهرة : مايو 2008)

22- د. عصام الموسى ، العرب وثورة الاتصال المعاصرة ، الإعلام العربي على مفترق طرق ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009م)

23- د. فؤادة البكري ، الهوية الثقافية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل

2009 م)

24- د. محمد القضاة ، الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

25- محمد عثمان العربي ، الإنترنت : الاستخدامات والانتشار في السعودية ، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي : الواقع والطموح ، (مسقط :جامعة السلطان قابوس ، 2002)

26- د ميمون الطاهري ، الإعلام الجديد والفجوة الرمية العالمية ، جينالوجيا الهوة ومساءلة الخطاب ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظمته جامعة البحرين (7-9 أبريل 2009 م)

27- د. يوسف رمضان ، الاتصال الجديد ، والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة ، المؤتمر الدولي الأول لقسم الإعلام بجامعة البحرين (الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد) مملكة البحرين في الفترة من (7-9أبريل 2009)

ثانيا : الكتب

28- ابن كثير ، تفسير القرآن العظيم

29- ابن منظور ، لسان العرب (القاهرة : دار المعارف ، نسخة بنظام ال PDF، تاريخ التسجيل 2007م)

30- د. جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، 1978)

31- د. حسن عماد مكاوي ، د ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ط 2 ، 2001)

32- د. رضا عبد الواجد أمين ، الصحافة الإلكترونية (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007)

33- د . رضا أمين ، تغريدات للوطن في الإعلام والسياسة (المنامة : هيئة شئون الإعلام ، 2013م)

34- د. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق، 2008م

35- د. محمد عبد الحميد ، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت ، (القاهرة : عالم الكتب ، 2007)

36- د. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، (القاهرة : عالم الكتب ، 1997م)

37- د. محمد عثمان الخشت ، الشائعات وكلام الناس (القاهرة : مكتبة ابن سينا ، 1996م)

38- د.نهوند القادري، "قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008م

ثالثا : الدراسات والكتب الأجنبية :

39- Leadbeater, C. (2002) Up the Down Escalator: why the Global Pessimists Are Wrong. Viking, London Mc Robbie, A. (2001) "Everyone is Creative": Artists as New Economy Pioneers? Open Democracy, (accessed August 30, 2001). Sherry Turkle, " Together: Why We

Expect More from Technologies than from Each Other Alone", New York: Basic Books, 2011. Tanjev Schultz,2000 .Mass Media and the concept of Interactivity :

40- Exploratory Study of Online Forums : and Reader E. mail ,In Media Culture and Society, SAGE Publications (London, thousand Oaks and New Delhi) ,Vol . 22 .

رابعا : المقالات الصحفية

41- د. رضا أمين ، السياسة والفيس بوك إشكالية علاقة ، مقال منشور بجريدة الوطن البحرينية ، بتاريخ 12-5-2010م .

42- د. رضا أمين ، الفولورز في تويتر حقيقيون أم بيض ، مقال منشور بجريدة الوطن البحرينية ، بتاريخ 11مايو 2012م

43- د. رضا عبد الواجد أمين ، نصائح لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، مقال منشور بجريدة الوطن البحرينية ، على جزأين بتاريخ 29 فبراير 2012م ، و2 مارس 2012م

خامسا : مواقع الإنترنت

44- موقع المكتبة الإسلامية ، متاح على هذا الرابط

http://library.islamweb.net/newlibrary/display_book.php?flag=1&bk_no=49&ID=102

45- موقع الروح نت ، متاح في هذا الرابط

a. http://www.alro7.net/ayaq.php?langg=arabic&aya=10&sourid=32

46- موقع ويكيبيديا

47- www.wikibedia.org شبكة نسيج

48- موقع أليكسا لتصنيف المواقع

49- عالم التقنية

50- موقع بالعربي

51- موقع هيئة الإذاعة البريطانية

52- موقع فرانس 24

53- عادل عبد الله هندي ، وسائل التكنولوجيا الحديثة في خدمة الدعوة ، موقع المختار الإسلامي ، متاح على الرابط : http://islamselect.net/mat/87638

54- د. هشام بن عبد الملك آل الشيخ ، الدعوة إلى الله عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، موقع شبكة رسالة الإسلام ، متاح في الرابط : http://main.islammessage.com/newspage.aspx?id=16734

هـــــذا الكتـــــــاب

يتناول هذا الكتاب ظاهرة (الإعلام الجديد NEW MEDIA) بالدراسة والتحليل ، فيناقش أولا إشكالية تحديد المصطلح ، ولماذا سمي جديدا ، وما مدى دقة المصطلح ، ثم يعرج على محاولة تحديد بعض المفاهيم المرتبطة بظاهرة الإعلام الجديد ، مثل الإعلام الشبكي ، والإعلام الرقمي ، والإعلام الشعبي ، واعلام المجتمع ، ويبحث في القواسم المشتركة بينها ، ويناقش الكتاب بعد أن يتناول بعض النظريات العلمية التي يمكنها أن تفسر ظاهرة النيوميديا قضية هامة ، وهي : هل الإعلام الجديد بديلا عن الإعلام التقليدي (الصحافة المطبوعة والراديو والتليفزيون) ، ويبحث في تحديد العلاقة المستقبلية بينهما وفق عدة سيناريوهات محتملة .

ثم يتحدث الكتاب بعد ذلك عن أنماط الإعلام الجديد، وخصائصه، ويعرض لعدد من النماذج مثل مواقع التواصل الاجتماعي SOCIAL MEDIA، وتطبيقات التواصل عبر الهواتف الذكية، ومواقع إرفاق الملفات وإنشاء القنوات الشخصية بشكل مجمل ، ثم يتناول إحدى تطبيقات التواصل الاجتماعي بالدراسة المتعمقة (تويتر) تعريفه ، وإيجابياته ومزاياه ، وكيف يتم توظيفه في خدمة القضايا السامية ، وكذلك الحديث عن سلبياته وعيوبه ، ويقدم الكتاب عدة نصائح لكل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حتى لا يتعرضوا للأخطار والأضرار .

الكتاب يمثل مرجعا مهما للمتخصصين في مجال الإعلام والاتصال، كما يمثل مصدرا من مصادر المعرفة للمهتمين بالتطورات الإعلامية والتقنية، وإضاءة على إحدى الظواهر التي استحوذت على قطاعات كبيرة من الجمهور، وغيرت كثيرا من ملامح البيئة الاتصالية.

واللــه ولـي التـوفيـق ، ، ،

النـاشـــر

عبد الحي أحمــد فـؤاد

دار الفجـر للنشـر و التوزيـع

4 شارع هاشم الأشقر - النزهة الجديدة - القاهرة تليفون :26246252 فاكس : 26246265

www.daralfajr.com info@daralfajr.com


ISBN 978-977-358-316-3